



GOURMET

Año 02 | N° 20 | 2025



# ERNESTO CATENA

CALIDAD & MISTERIO QUE SE SOSTIENEN EN EL TIEMPO





# INTIPALKA

UN BRINDIS CON HISTORIA.  
UN PISCO CON IDENTIDAD.



T O M A R   B E B I D A S   A L C O H Ó L I





C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O





TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLI





**Segura Viudas**

RESPECTO POR LAS RAICES

CAS EN EXCESO ES DAÑINO



# El sastre ya tiene su hilo

Desde que se hizo pública su inclusión al prestigioso 50 Best Bars, Sastrería Martínez vive su momento de plenitud esperada. Ese reconocimiento internacional otorga visibilidad global a su propuesta: ya no es solo un bar escondido en Miraflores de moda en una Lima inquieta, sino uno de los referentes que simbolizan el ascenso firme de la coctelería peruana. Este hito refrenda años de experimentación, de buscar no solo satisfacer paladares sino de conmovernos: entrar al ranking supone que los estándares de diseño, servicio, creatividad, sabor y narración se cumplieron. Diego Macedo y su equipo sabían que la carrera era larga; ahora su meta se ilumina como una estrella que se vio de lejos, que costó perseguir, pero que hoy brilla con justicia.

Lo que ofrece Sastrería Martínez es una experiencia completa: cartas de autor que dialogan con lo clásico y lo contemporáneo, ingredientes que provienen de variados rincones del Perú —la Amazonía, la sierra, la costa—, sabores poco usados, técnicas pulidas. En su «Collection 24/25», por ejemplo, descuadran el paladar con cócteles como Mr. Martínez (Zacapa 23, papayita arequipeña, Mancino rosso al mango, Napoleón mandarina, limón sidra, vainilla y tintura de eucalipto); Mrs. Martínez (Chivas Extra al tamarindo, licor de chinotto, cedrón, muña, manzana verde, jarabe de palo santo, taperibá y limón mandarina); y el Carrie Nation (Ron Havana 7 Fast Wash, Cocchi Rosa, licor de cereza, piña y mandarina), piezas que muestran tanto complejidad como disfrute. Entre otros que reflejan esa búsqueda por los sabores limpios y entendibles.

En 2023 quedó entre los tres finalistas del premio Best Design Awards de The World's 50 Best Bars por diseño, lo que confirma que su estética no es solo decorativa, sino parte esencial de su propuesta. El ambiente habla: los menús impresos en papel reciclado con aplicaciones textiles, los detalles artesanales visibles, la música —Jazz, Soul, Blues— que acompaña sin entrometerse. Cada puntada, cada ficha de ambiente, parece hecha a medida, como un traje para ser vivido. Estos detalles sumaron, hicieron los méritos para poder ingresar a esa lista tan deseada. Para quienes no lo conozcan aún (muy pocos), Sastrería Martínez reposa en un sótano de la avenida Mariscal La Mar en Miraflores. Desde la fachada con vidriera de trajes y

rollos textiles, se advierte la inspiración: una sastrería antigua que funciona como máscara speakeasy.

Diego Macedo, detrás de todo, tiene una trayectoria que articula riesgo, aprendizaje y cultura. Desde 2002 comenzó trabajando en cruceros, pasó por Estados Unidos, luego residió casi diez años en Madrid, donde adquirió técnica y sensibilidad. Trabajó en bares de nivel (incluyendo su participación como socio en La Villana) y profundizó su conocimiento de clásicos, vinos, destilados y servicio internacional. Además ha sido Brand Ambassador de Gin Mare, representando la marca en Sudamérica, lo que le permitió entender no solo la ejecución del cóctel, sino el relato de marca, la relación con los insumos, la audiencia global. Es allí donde lo pude conocer, entendiendo poco a poco el perfil de su arte, que siempre me pareció camaleónico dependiendo del bar. Macedo, ya en Sastrería, dio un salto de exigencia que pudo colmar mis expectativas.

Para su última carta, la que quizás le abrió la puerta del Olimpo del bar, Macedo y su team emprendieron viajes por Pasikiwi en Chazuta, la Amazonía y Tarapoto, la sierra y la costa del sur como Paracas; visitó productores de cacao, vainilla, meliponarios, proyectos de papel reciclado, talleres textiles, para incorporar todo ello en su coctelería y ambientación. También ha realizado colaboraciones y guest bartending con bares de Europa, Asia y América: representantes de 11 bares internacionales han participado en la temporada de invitados de Sastrería Martínez, como los bartenders del bar Manhattan en Singapur, Little Red Door en Francia, entre otros. Esto no solo trae diversidad, sino que reafirma la barra limeña como interlocutora del mundo. En suma, considero que este premio se debe a la perseverancia y al empuje de un Macedo que subió de nivel. Salud, sastre.

**John Santa Cruz Manco**  
CEO & Fundador







# ALMA NEGRA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



# CONTENIDO

20

CALIDAD & MISTERIO  
QUE SE SOSTIENEN  
EN EL TIEMPO



30

ARLANZA Y BENAVENTE: VINOS  
CON ALMA CASTELLANA



38

FORTALECIENDO  
ESTRATEGIAS



44

HERENCIA  
VIVA



50

INTIPALKA BRILLA  
UNA VEZ MÁS



54

ZUCCARDI:  
REFLEJANDO EL ORIGEN





# PREMIUM TASTING

## EDICION LIMA

*Viernes 17 de Octubre*

COUNTRY CLUB LIMA HOTEL

VENTA DE  
ENTRADAS



*Aldo*  
**GRAZIANI**



*Florencia*  
**REY**

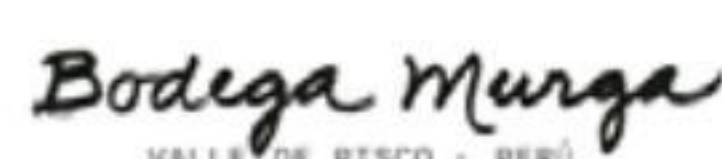


*Joseph*  
**RUIZ ACOSTA**

Durante el evento se degustarán  
28 de los más destacados vinos de IBEROAMÉRICA  
maridados con 15 preparaciones gastronómicas creadas por el Chef del Hotel.

El encuentro será guiado por  
**Aldo Graziani, Florencia Rey & Joseph Ruiz Acosta.**

PREMIUM  
TASTING  
— WINE EDUCATION —







# AMARO DE PLANTA MAESTRA



## EL OLIMPO EN UNA COPA



## ÍCONO DE LA AUTENTICIDAD



## EL PISCO DE PISCO



## HOGAR CERVECERO



## ENTRE LA TIERRA Y EL MAR



## TASTING CON MAR



## TRADICIÓN LIMEÑA, ALMA MENDOCINA



ARLANZA

La D.O. Arlanza ofrece tintos robustos de viñedos centenarios en Burgos y Palencia, con aromas a frutos rojos y tierra noble.

# De Arlanza a Benavente

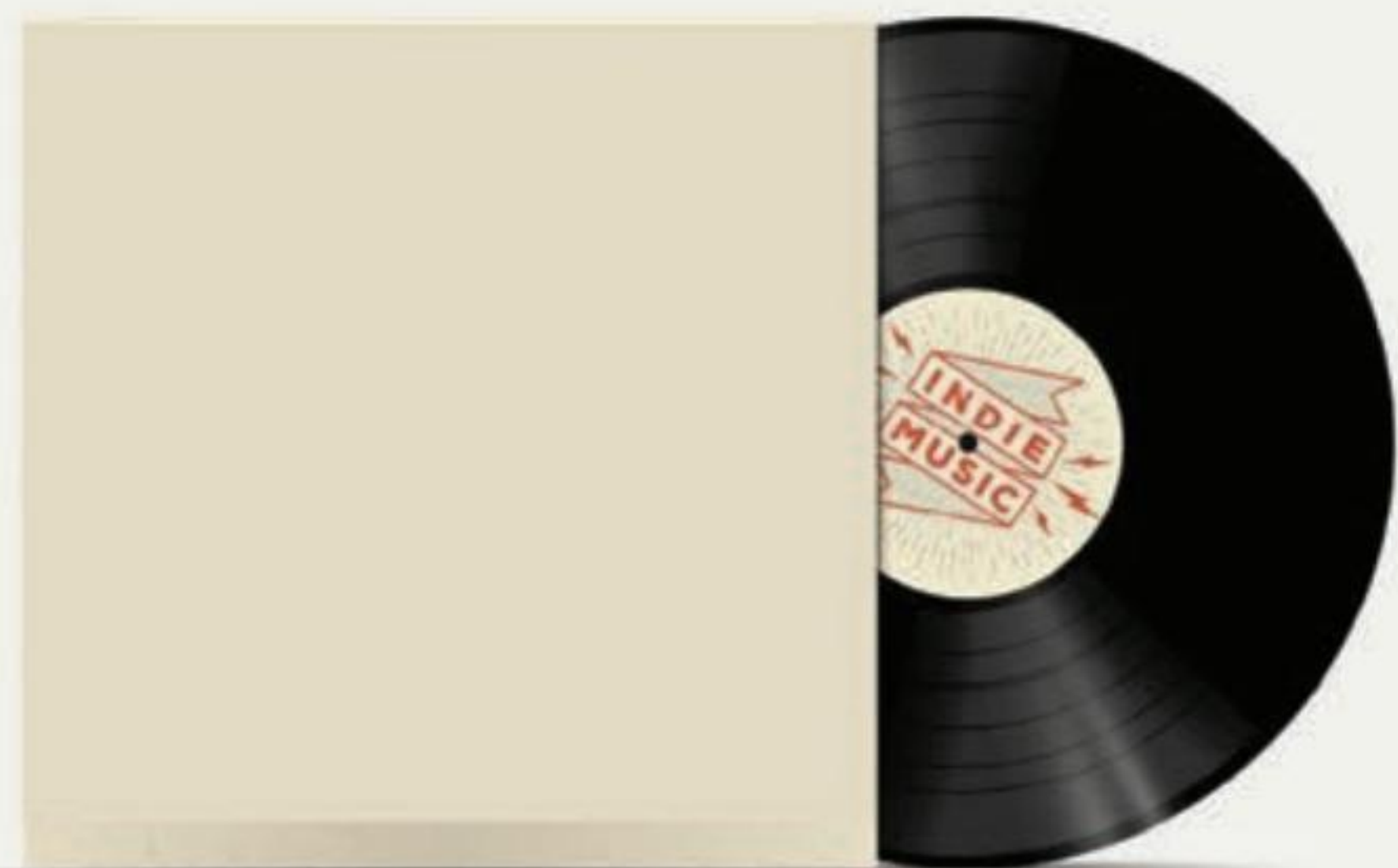
La D.O.P. Valles de Benavente deleita con blancos frescos y rosados vibrantes de Zamora, perfumados a cítricos y flores silvestres.

VALLES DE BENAVENTE

**Tradición, pasión y terruño en cada copa.  
¡Salud a lo auténtico!**



## LA MATERIA



## NO SE CREA NI SE DESTRUYE



## SOLO SE TRANSFORMA



## RECICLAMOS UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

[www.dientedeleon.pe](http://www.dientedeleon.pe)



## STAFF

### CEO & Fundador

John Santa Cruz Manco

### Editora General

Valeria Isabel Burga Bobadilla

### Edición Web & Content Manager

Fabiana Deekes Ibárruru  
Maria Pía Santa Cruz

### Webmaster

Erick Cajas

### Diseñador Gráfico

Gustavo Panta Vera

### Jefe de Marketing

Claudio Castillo Ortiz

### Coordinador Comercial

Rafael Pizarro

### Redactores

Samira Ode  
Marco Antonio Falcón  
Manuel Meza  
Kevin Aliaga  
Ines Livisi  
Gabriela Peralta

### Producción

Jean Perez Centeno  
Olenka Chavez Sokolowsky  
Joaquín Cruzado Valdivia  
Juan Paul Manco  
Pilar Lopez  
Jacqueline Torres  
Claudia Aguilar Valdivia

### Fotografía

Daniel Yong  
Cristhian Cisneros  
Franco Gallegos  
Steven Rodriguez  
Jaime Cuellar

### Community Management

Yeline Arce  
Silvia Gil  
Valeria Infante  
Claudia Ríos

### Columnistas

Soledad Marroquín  
Samuel Hurtado Cárdenas  
Livio Pastorino Wagner  
María Elena Cárdenas  
Juan Diego Romero  
Silvia de Tomas  
Rosa Bonilla Peralta  
Juan Pablo Robles  
Jasmine Rincón





# DIABLO DARK RED



*Sensaciones Infinitas  
Oscuramente Deliciosas.*

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



## MINI PLACERES

**SUNSET OPEN AIR**

Carl Cox, el ícono de la música electrónica internacional, regresa al Perú para dar un espectáculo único que se realizará el domingo 16 de noviembre en Paradiso - Club Cultural Deportivo Lima (Chorrillos). La capital recibirá a uno de los artistas más influyentes y respetados de la escena, un referente que ha llevado la música electrónica desde los clubes underground del Reino Unido hasta los escenarios más emblemáticos del planeta. El formato *Sunset Open Air* propone un encuentro diferente con la música: al aire libre, de día y acompañado de la energía incomparable de un atardecer frente al mar. Entradas a la venta en la web de Teleticket.

**ARTE DETRÁS DEL CAOS**

Tras décadas frente a cámara interpretando personajes intensos, excéntricos y memorables, Johnny Depp da un giro inesperado: se pone detrás del lente para dirigir su primer largometraje, *Modi: Three Days on the Wings of Madness*. La película, que llegará a los cines de Estados Unidos el 07 de noviembre de 2025, explora los últimos días del pintor y escultor italiano Amedeo Modigliani, ícono del arte moderno. Ambientada en el París de 1916, la cinta promete una estética visual cargada de dramatismo, humo de tabaco y pasión artística. Depp reconstruye, con su mirada inconfundible, el torbellino emocional de un artista que desafió la moral y las formas de su época.

**FIESTA ESPAÑOLA**

En Lima, comer siempre ha sido sinónimo de encuentro y celebración. Con esa premisa llega Casa Sarao, el más reciente proyecto del reconocido chef Jorge Muñoz, quien tras casi dos décadas en España regresa para abrir un espacio que promete revolucionar la experiencia de la cocina española en la capital. El nombre lo dice todo: sarao significa fiesta, y es precisamente esa la intención detrás de esta propuesta ubicada en Paseo Begonias, San Isidro, una zona que poco a poco se consolida como un hub gastronómico con la llegada de nuevos conceptos como MELT, Popurrí y Bar Velvet. En este contexto, Casa Sarao se presenta como un lugar donde la comida se convierte en una celebración y la sobremesa es tan importante como el plato principal.

**RESISTANCE 2025**

RESISTANCE, la aclamada franquicia global de Techno y Underground creada por Ultra Worldwide, regresa a Lima este 5 de diciembre con una edición en formato stand-alone que promete redefinir la experiencia electrónica en la región. Con Adam Beyer, Korolova, Nicolas Taboada b2b Victoria Engel y Gonzalo Sandaza, la cita será en Paradiso - Club Cultural, el nuevo epicentro de la cultura musical contemporánea de la capital, y con una producción de clase mundial a cargo de Vastion. Las entradas están a la venta desde S/85 (preventiva exclusiva) descargando la app de BOMBO: <https://wearebombo.com/peru>







# CASA MARIN

D.O. LO ABARCA, CHILE

## Expresiones de un mismo terroir excepcional.



Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO





## DUPLA EXPLOSIVA

Hollywood revive uno de sus clásicos más recordados: Anaconda. El nuevo reboot, protagonizado por Jack Black y Paul Rudd, llegará a los cines el 25 de diciembre de 2025, mezclando acción, aventura y una buena dosis de comedia. A diferencia de la versión original de 1997, este proyecto plantea una propuesta innovadora: los protagonistas creen estar filmando un remake ficticio de la famosa historia, hasta que se topan con una anaconda real que pondrá sus vidas en peligro. Con esta premisa, la película busca reírse de sí misma y jugar con la nostalgia del público, a la vez que ofrece una experiencia cargada de adrenalina. La química entre Black y Rudd promete una dupla explosiva que equilibre momentos de tensión con humor inteligente.

## COACHELLA 2026

El lineup de Coachella 2026 ya fue anunciado y confirma a Sabrina Carpenter, Justin Bieber y Karol G como headliners del festival. El anuncio confirma una tendencia: Coachella no solo programa artistas, diseña narrativas sobre hacia dónde se mueve la música global. Sabrina Carpenter llega como el rostro del nuevo pop: joven, digital, con la capacidad de convertir una canción en fenómeno cultural. Justin Bieber representa el regreso. Tras años de discreción, su presencia marca una nueva etapa en su carrera, con la expectativa de cómo se presentará ante un público que lo vio crecer. Karol G, en cambio, simboliza la consolidación del reggaetón y de la música latina en el epicentro de la cultura pop. No es invitada, es protagonista.



## PROYECTO SOLIDARIO

En el marco de su 25° aniversario, el JW Marriott Lima reafirmó su compromiso con la comunidad a través de un proyecto solidario que busca impactar positivamente en las familias que enfrentan desafíos de salud. El hotel presentó la remodelación completa de una habitación en la Asociación Casa Ronald McDonald, organización que brinda alojamiento y apoyo a familias que llegan a Lima desde diferentes regiones del Perú para que sus hijos reciban tratamientos médicos especializados. La nueva habitación fue diseñada con una propuesta integral que combina confort, serenidad y funcionalidad. Con una paleta de colores neutros, iluminación cálida y textiles de alta calidad, el espacio ofrece un ambiente que invita al descanso y a la recuperación emocional de quienes atraviesan momentos difíciles.

## CAZADORES DEL FIN DEL MUNDO

Después de más de 15 años de desarrollo, Diamond Films Perú anunció el estreno de Cazadores del Fin del Mundo, una aventura de ciencia ficción post apocalíptica protagonizada por Dave Bautista, Samuel L. Jackson y Olga Kurylenko. Basada en la novela gráfica de Scott Chitwood y Paul Ens, la cinta atravesó un largo y particular camino antes de concretarse en la pantalla grande. En un inicio, Antoine Fuqua iba a dirigirla con Gerard Butler como protagonista. Luego pasó por Tommy Wirkola, hasta que en 2018 resurgió bajo la dirección de J.J. Perry, con un elenco de primer nivel y un presupuesto de 56 millones de dólares.





# MÁS QUE UN CLUB, UN ESTILO DE VIDA



**CLUB**  
EXPER/ENCIA



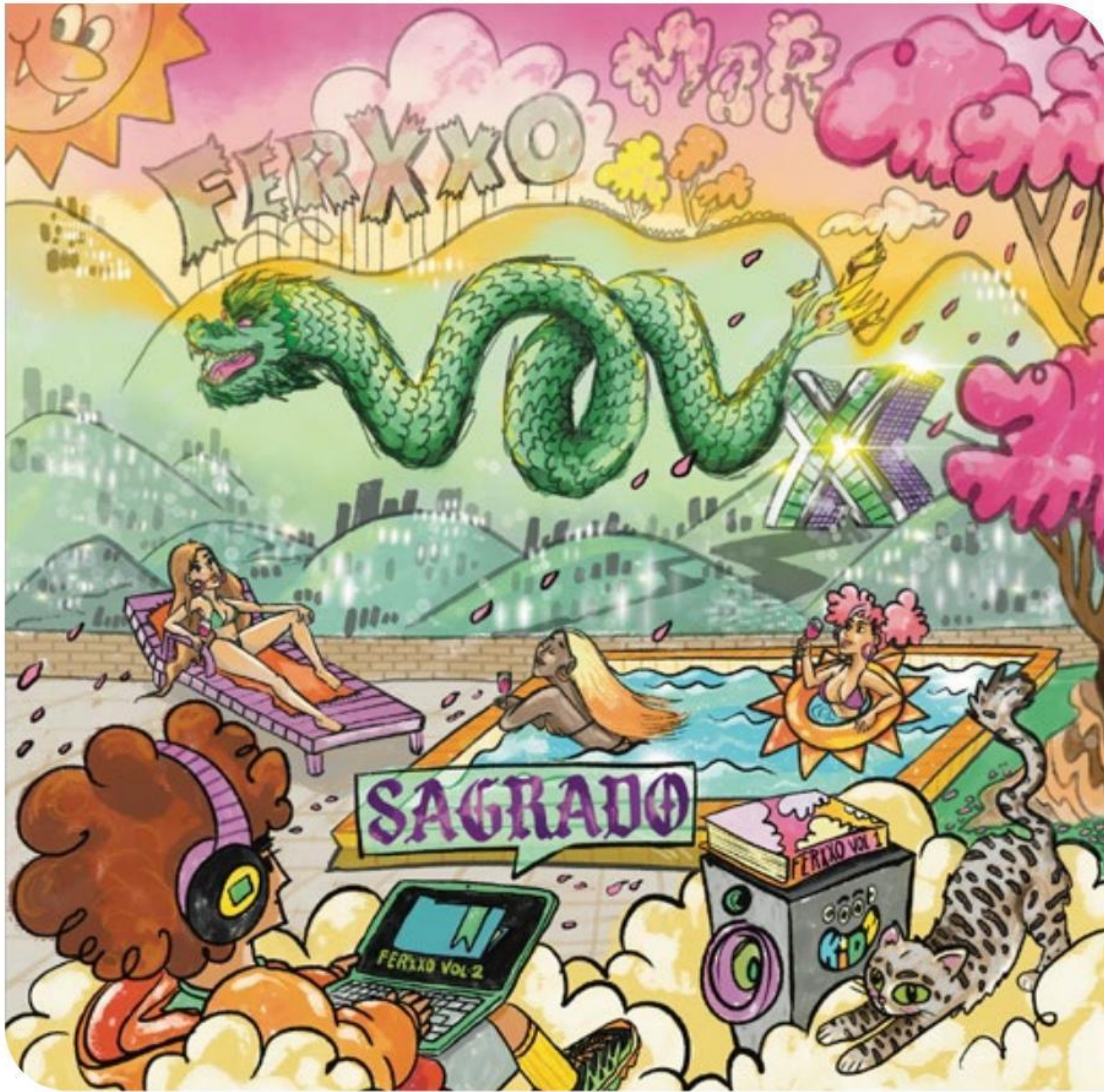
**ROMOVI**  
Wines - Spirits - Dells & Cigars

**+51 974 260 166**

**@: CONCEPTOPLACERPERU**

**TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO**





## REGGAETÓN CLÁSICO

Feid, el artista global y ganador del Latin GRAMMY, acaba de estrenar oficialmente su esperado tema 'RU MOR', una canción que desde hace meses venía generando expectativa en redes sociales y plataformas digitales. 'RU MOR' llega con todo el ADN del reggaetón clásico que caracteriza al artista paisa: letras que hablan de encuentros a medianoche, autos veloces y el deseo de vivir intensamente sin que los rumores afecten las relaciones personales. Con esta entrega, Feid conecta con la nostalgia de sus primeros discos y demuestra por qué es considerado un referente del género urbano a nivel global.

## NUEVOS TALENTOS

Para reforzar su presencia en el país y conectar con nuevos públicos, Volkswagen suma a dos talentos nacionales que se integran a su equipo de embajadores. Lucas Garrido Lecca, Bruno 'El Joven' Paiva y Miranda Capurro también forman parte del Tera Crew, representando al SUV de entrada de la marca, que conecta con juventud, versatilidad y nuevas generaciones. La diversidad de perfiles refleja los valores de Volkswagen: confianza, modernidad, versatilidad y elegancia.



## WORTH IT

La Semana de la Moda de París volvió a ser escenario de un momento histórico con la séptima edición de Le Défilé de L'Oréal Paris, un desfile que reafirma la diversidad, autenticidad y empoderamiento femenino. Este año, el orgullo peruano se hizo presente con Isabela Merced, Janick Maceta y Carolina Braedt, quienes destacaron en uno de los eventos más esperados de la industria. Bajo el icónico lema 'I'm Worth It', Le Défilé 2025 reunió a actrices, modelos, embajadoras internacionales y líderes femeninas de todo el mundo. Entre las protagonistas globales destacaron Eva Longoria, Kendall Jenner, Gillian Anderson, Cara Delevingne y la cantante Anitta, quienes compartieron pasarela en tres actos inspirados en los valores de Liberty, Equality y Sisterhood.



## TALES FROM THE ISLAND

La reconocida firma española Scalpers vuelve a sorprender con una propuesta que une naturaleza, diseño y funcionalidad. Su nueva colección Primavera–Verano 2025, titulada Tales from the Island, llega a Lima inspirada en la isla de Lanzarote, un escenario volcánico que mezcla paisajes áridos, tonalidades terrosas y la fuerza del mar Atlántico. Con esta colección, Scalpers reafirma su visión de crear un armario versátil y contemporáneo, pensado tanto para el día a día como para momentos especiales, manteniendo su esencia rebelde y sofisticada.





## ALZAR LA VOZ

El pasado 11 de octubre, la explanada de Arena 1 en la Costa Verde fue el punto de encuentro para una nueva generación de voces que no quiere quedarse callada. Ya Toca Fest Lima 2025 llega como el cierre de un recorrido que ha cruzado el país —de Arequipa a Cajamarca, de Piura a Cusco— escuchando, aprendiendo y amplificando las ideas, frustraciones y sueños de miles de jóvenes. Más que un festival, Ya Toca es una plataforma de amplificación, un espacio donde la música y el arte se convierten en vehículo para decir lo que importa.

## 100 AÑOS DE HISTORIA

Un siglo después de su fundación en 1925 como una pequeña empresa agrícola en Georgia, Delta Air Lines celebra sus 100 años convertida en una de las aerolíneas más importantes del mundo. Su historia es también la de la aviación moderna: innovación constante, expansión global y un compromiso con transformar la experiencia de vuelo. Hoy, con operaciones en más de 200 destinos en seis continentes, Delta marca este aniversario como una oportunidad para mirar hacia adelante, con énfasis en sostenibilidad, tecnología y servicio personalizado.



## SABORES DE ITALIA

En San Isidro, Symposium se ha consolidado como uno de los referentes de la cocina italiana en Lima. Con 15 años de historia, el restaurante ofrece una propuesta que combina la tradición clásica con un estilo contemporáneo, transportando a sus visitantes directamente a Italia. Su ambiente, con papel tapiz estampado, colores intensos y un mural protagonista, prepara el escenario para una experiencia que celebra la autenticidad de la gastronomía italiana. La carta, pensada para cada temporada, se elabora con ingredientes importados de alta calidad como trufas y quesos, mientras que las pastas son frescas y artesanales.

## HITO CINEMATOGRAFICO

El universo de Star Wars continúa expandiéndose, y esta vez lo hace con una noticia que ya tiene a millones de fans en todo el mundo celebrando: Pedro Pascal volverá a interpretar a Din Djarin en The Mandalorian and Grogu, la primera película que llevará al dúo más querido de Disney+ a la pantalla grande. El anuncio vino acompañado de un primer tráiler que rápidamente se viralizó, confirmando que esta nueva aventura intergaláctica se estrenará el 22 de mayo de 2026, fecha marcada en el calendario de los seguidores de la saga como uno de los grandes hitos del cine de los próximos años.





# CALIDAD & QUE SE SOSTIENE



Con su identidad enigmática y Alma Negra trascendió modas y tendencias. Catena al trabajo de Robby Mon... de que el verdadero secreto e



# EL MISTERIO EN EL TIEMPO



...su consistencia intacta, Alma  
...dencias. De la visión de Ernesto  
...tenegro, su historia es la prueba  
...está en la calidad que perdura.

*Escribe: Valeria Burga | Fotos: Daniel Yong*





**H**ace casi dos décadas, Alma Negra llegó a Perú con un aire de misterio. Una botella sin etiqueta tradicional, un vino sin receta declarada, un nombre que evocaba tanto curiosidad como deseo. Detrás de esa audacia estaba Ernesto Catena, y en Perú, el trabajo sostenido de Robby Montenegro, quien ayudó a convertirla en la joya del portafolio de Romovi Wines junto a su equipo. Conversamos con él sobre el origen, la evolución y el futuro de un vino que se volvió clásico sin perder su encanto.

### **¿Cómo empezó la historia de Alma Negra en Perú?**

Llegamos en un momento clave. Había mucho vino a precios no tan básicos, y en el otro extremo, etiquetas de altísima gama. El mercado estaba polarizado y prácticamente no había una propuesta intermedia. En ese contexto, y habiendo trabajado con Ernesto Catena, surgió la posibilidad de traer sus vinos a Lima. Él recién empezaba, y lo que hicimos fue posicionar una marca que, desde el inicio, fue disruptiva, tanto por su concepto como por su estética. Alma Negra fue una declaración de intenciones.



**¿Por qué se volvió tan especial para el consumidor peruano?**

Porque acompañó el proceso gastronómico del país. Estuvimos presentes en el despegue de la cocina peruana. Don Humberto Sato fue de los primeros en apostar por nosotros, luego vino Rafael Osterling, que lo tomó casi desde un punto de vista artístico. Y desde ahí, Alma Negra se integró a las mesas que definen tendencia. Hoy sigue siendo aspiracional, pero cercana: está en restaurantes y también en retail. La gente lo sigue eligiendo con la misma devoción.

**¿Cómo definirías su evolución a lo largo del tiempo?**

Primero fue una moda, después un hit, y ahora es un clásico con onda. Lo fascinante es que la calidad nunca ha bajado. Cada cosecha es distinta, no hay una fórmula fija. El secreto está en ese dinamismo: nadie sabe exactamente qué hay en el blend, ni siquiera nosotros. Y eso forma parte del encanto.

**¿Cómo se diferencia el Alma Negra clásico del Gran Alma Negra?**

El Alma Negra clásico se construye a partir de los mejores vinos del año, seleccionados y







mezclados a ciegas hasta lograr el equilibrio ideal. El Gran Alma Negra, en cambio, es más exclusivo: solo las mejores diez o doce barricas se destinan a él, y el volumen total ronda las 2,500 o 3,000 botellas. Es el mismo espíritu, pero con más elegancia y profundidad. Se diseña desde el viñedo, con una intención muy precisa.

**¿Y qué papel juegan las demás líneas, como el blanco o el naranjo?**

El blanco tiene una acidez vibrante y una textura noble; es elegante y cada vez gana más espacio. El naranjo, por su parte, es un blanco vinificado como tinto, con crianza en huevos de cemento y un toque de oxidación que lo hace complejo y versátil. Puede acompañar desde un pescado hasta un asado. Es un vino que genera conversación, como todo en el universo de Alma Negra.

**¿Qué lugar ocupa Alma Negra dentro del portafolio de Romovi Wines?**

Es el emblema. No hay nada que haya igualado su éxito. Y no es casualidad: nunca especulamos con el precio ni con el volumen. Mantener el valor del vino es fundamental para preservar su posición. Como siempre deci-



mos, es más difícil mantenerse que llegar.

**¿Cómo lograr esa consistencia año tras año?**

Con un trabajo de equipo impecable entre la bodega y los equipos comerciales. Alejandro Kuschnaroff, el enólogo, es una pieza clave. La calidad se sostiene en el tiempo porque hay una filosofía común: el vino habla por sí solo. Si tienes que explicar un vino, algo no está bien.

**¿Qué viene ahora para Alma Negra?**

Queremos seguir generando experiencias: sorteos que lleven a la bodega, actividades en provincias —ya estamos en Trujillo y pronto en la selva—, y mantener la presencia donde siempre fue fuerte. También hemos desarrollado formatos grandes, de tres y cinco litros, que funcionan muy bien para celebraciones o coleccionistas. Hay algo mágico en abrir una botella así: es un acto de festejo.

**Si tuvieras que resumir Alma Negra en una frase, ¿cuál sería?**

Alma Negra es el glamour y la simpleza. Es misterio, mística y consistencia. El secreto... es el secreto.





# Craft Bartender

Hace nueve años, Silvana Sánchez y José Valencia decidieron apostar por traer herramientas de coctelería a Perú. Hoy, Shaking no solo se ha convertido en referente de la industria, sino que ha dado un paso más ambicioso: convertirse en editorial con la publicación de Craft Bartender bajo la autoría del bartender argentino Pablo Pastinante. Conversamos con Silvana sobre este proyecto que ya se perfila como un hito para la comunidad coctelera en el país.

*Escribe: Valeria Burga*

## ¿Cómo empezó Shaking y en qué momento decidiste dar el salto hacia lo editorial?

Empezamos como jugando, sin mucha expectativa. Creamos empresa, web, correo corporativo y construimos una industria que hace diez años no existía. Sumado a las herramientas, importábamos libros de coctelería, pero todos en inglés y con técnicas difíciles de replicar aquí. Para mí, que soy lectora empedernida, el sueño siempre fue tener un sello editorial. Craft Bartender nos permitió hacerlo realidad.

## ¿Cómo surge la conexión con Pablo Pastinante?

Pablo había publicado su libro en Argentina hace unos tres años. En un viaje a Buenos Aires traje algunas unidades y me sorprendió lo práctico que era para alguien en barra. Nos pareció fundamental tenerlo en Perú, así que hablamos con él sobre los derechos y le

encantó la idea. De ahí nació esta alianza, y ahora incluso estamos preparando un segundo libro juntos.

## ¿Qué diferencia tiene este libro con otros títulos de coctelería?

La gran ventaja es que está adaptado a nuestra realidad cultural y de insumos. Pablo recopiló información de distintos textos en inglés y la tradujo a un lenguaje cercano. Es una guía práctica que funciona tanto para bartenders como para entusiastas. El índice es riquísimo: recetas, historia, tips, técnicas... todo muy bien estructurado. Además, responde a una necesidad de acceso: la mayoría de buenos libros están en inglés y no siempre son fáciles de entender.

## Entonces, ¿Craft Bartender es solo para profesionales?

No. Es perfecto también para aficionados. La coctelería es práctica, ensayo y error, y este libro sirve como guía de inicio, pero también como material de consulta para bartenders con experiencia. Muchas veces uno se olvida de las bases y este libro ayuda a refrescarlas.



## ¿Qué impacto tiene para ti que en Perú exista ahora un editorial dedicado a este rubro?

Es un paso más en la consolidación de la coctelería local. Hemos visto crecer a una generación de bartenders que hoy tienen sus propios bares, y es bonito ser parte de ese proceso. Tener libros en español, pensados desde Latinoamérica, ayuda a educar no solo a profesionales, sino también al consumidor final. Ese es el verdadero objetivo: que la gente se interese por lo que bebe, que se siente en la barra, que pregunte, que dialogue con el bartender.

## ¿Qué viene después de Craft Bartender?

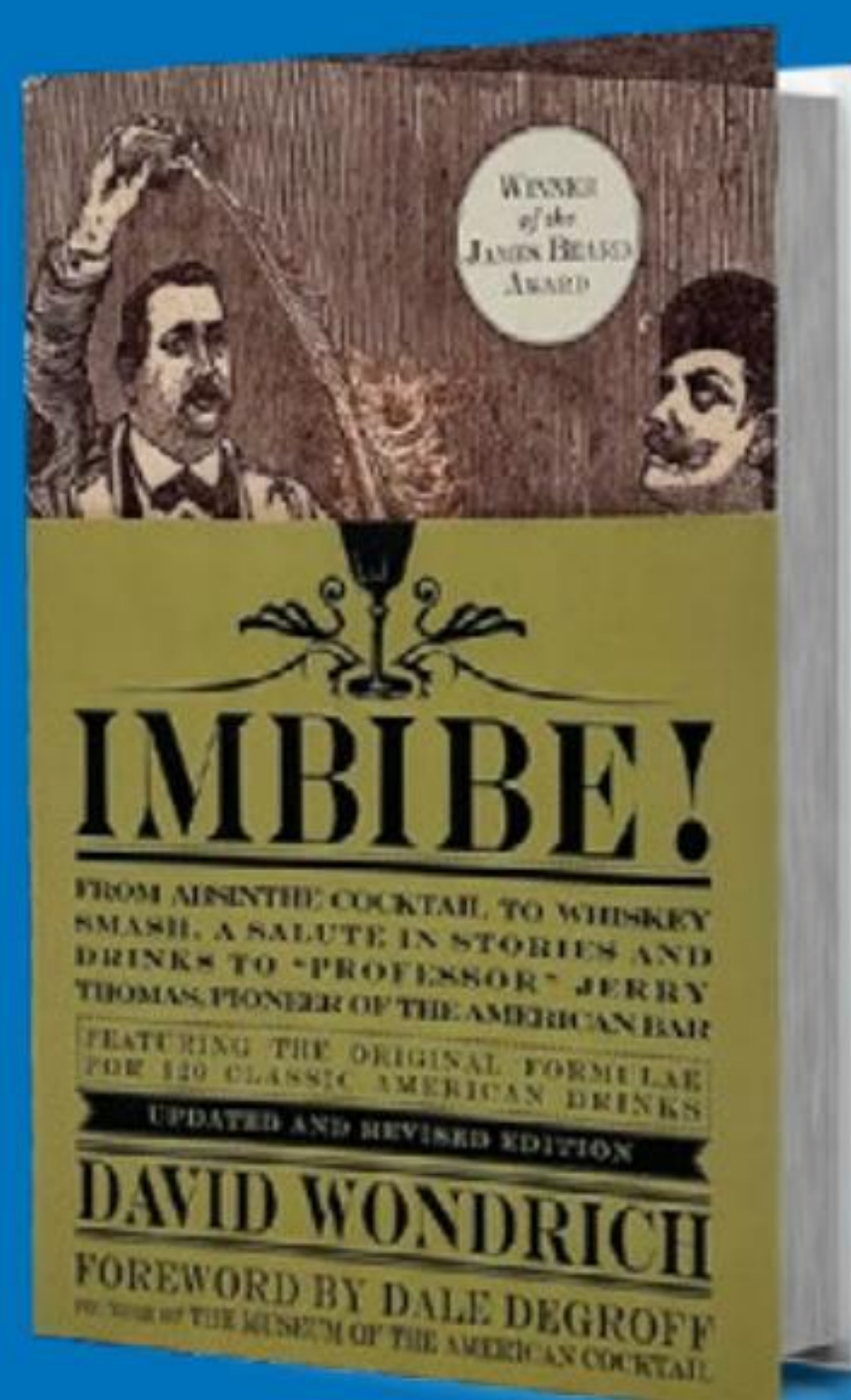
En diciembre lanzaremos un segundo título, enfocado nuevamente en las bases de la coctelería. Con tantas tendencias nuevas, a veces se descuida lo esencial y creemos que es clave reforzarlo. Como empresa sentimos la responsabilidad de aportar educación y contenido de calidad a la comunidad. Haber convertido Craft Bartender en un fenómeno editorial en Perú nos llena de orgullo y queremos seguir en esa línea.

## “IMBIBE!”

DAVID WONDRICH

Año: 2015

S/.139

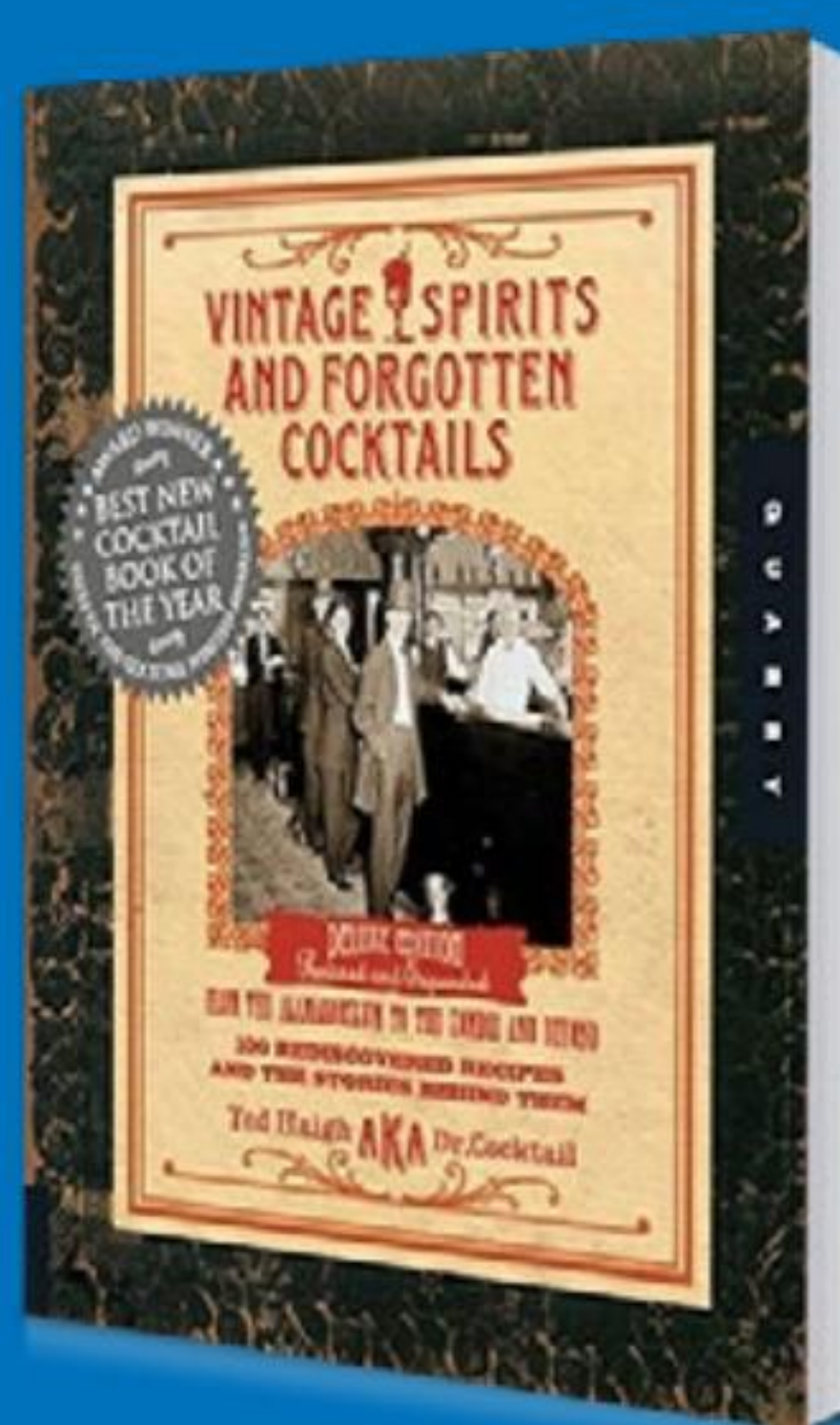


## “VINTAGE SPIRITS AND FORGOTTEN COCKTAILS”

TED HAIGH

Año: 2009

S/.129

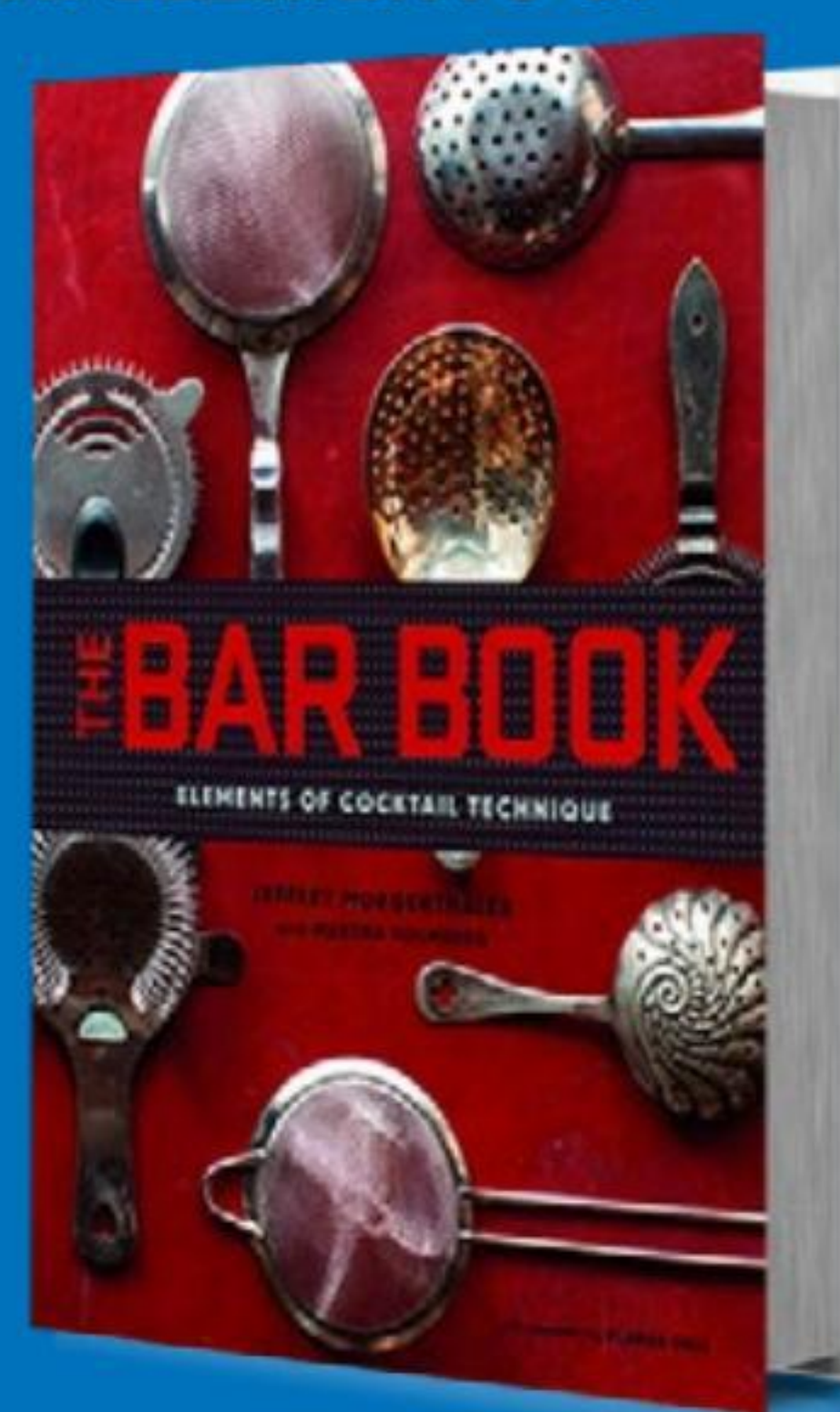


## “THE BAR BOOK: ELEMENTS OF COCKTAIL TECHNIQUE”

JEFFREY MORGENTHALER

Año: 2025

S/.129





**EL ARTE DE HACER  
PISCO, PERFECCIONADO  
POR GENERACIONES.**



Síguenos



@cepainka

**TOMAR BEBIDAS ALCOHOLICAS EN EXCESO ES DAÑINO**

CEPA INKA y DINASTIA son marcas registradas ® 2022 Cepa Inka S.A.C. Todos los derechos reservados

**POR FAVOR NO ENVIAR NI COMPARTIR ESTE CONTENIDO CON PERSONAS MENORES DE EDAD**



# La chica del vino y +

Por María Elena Cárdenas

\*Sommelier WSET 3



S/.49.90



**HMR  
TEMPRANILLO 2018**

S/.67.00



**DARK HORSE RED BLEND  
NON VINTAGE**

S/.106.00



**AMARETTO  
DISARONNO**

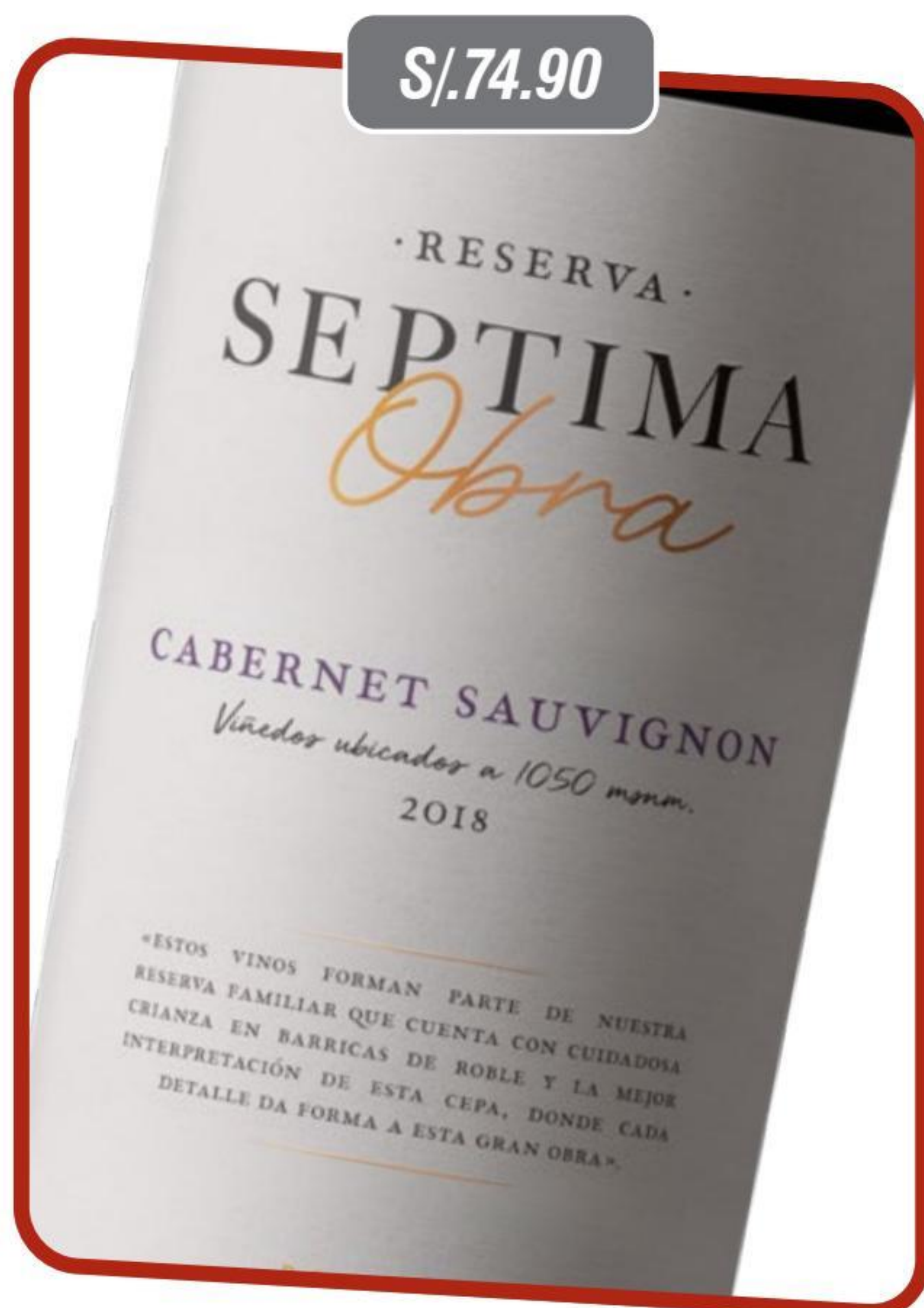
La afamada Bodega Marqués de Riscal nos trae este vino que fue concebido con más libertad al incluir en su elaboración no solo Tempranillo –y de los mejores pagos-, sino también un porcentaje de Syrah. De un color violeta profundo y aromas y sabores con notas marcadas a regaliz y mucha fruta como ciruelas, frambuesas, arándanos. Un vino con estructura, muy fresco y fácil de tomar. Lo probé con unos anticuchos, y quedaron muy bien. Seguro que, con otros platos de nuestra comida criolla como un lomo saltado o un arroz con carne, también funcionan. Lo encuentran en principales supermercados, licorerías y en [www.perufarma.com.pe](http://www.perufarma.com.pe)

Hecho con uvas seleccionadas de diferentes viñedos californianos, varietales tan diversos como la Zinfandel, Alicante Bouschet, Petit Syrah y Cabernet Sauvignon que brindan a este vino una complejidad importante sumada al aporte de las barricas americanas y francesas por las que pasa su proceso de crianza. Un vino donde prevalecen frutas como cerezas, frambuesas, arándanos, guindas, moras a las que se suman notas de café, chocolate, especias. Todos estos aromas y sabores muy bien acompañados de esas notas tostadas dadas por la barrica. Suave, jugoso, fresco y fácil de tomar. Lo probé con unas empanadas de carne a las que acompañó muy bien. De venta en los principales supermercados.

Un licor de siempre y que ha acompañado tertulias en mi familia desde siempre. Hecho con almendras y vainilla de Madagascar que nos da un licor sumamente expresivo tanto en nariz como en boca. Delicioso para acompañarlo con hielo, pero además base importante para varios cocktails. Aquí una receta para que lo preparen y disfruten sin mucho esfuerzo en casa. Disaronno Fizz: copa llena de hielo, 2 oz de Disaronno, 5 oz de agua tónica, ½ oz de jugo de limón. Remover ligeramente y decorar con gajos de naranja. Y para los que les gusta el café, tienen la receta de un Disaronno Espresso: mezclar en una coctelera 2 oz de Disaronno, 2 oz de café espresso y agitar. Verter en la copa y disfrutar. Lo consiguen en las principales licorerías.



Llegó la edición de octubre con seis bebidas, seis formas de disfrutar: desde un tempranillo que se luce con anticuchos, un mocktail para los que quieren gozar sin culpa y hasta un licor clásico con dos recetas que invitan a prepararlas. Una selección variada, con blends de vinos irreverentes y alternativas sin alcohol que invitan a maridar nuestra cocina peruana y celebrar sin etiquetas, en familia o con amigos.



S/74.90

### SÉPTIMA OBRA CABERNET SAUVIGNON

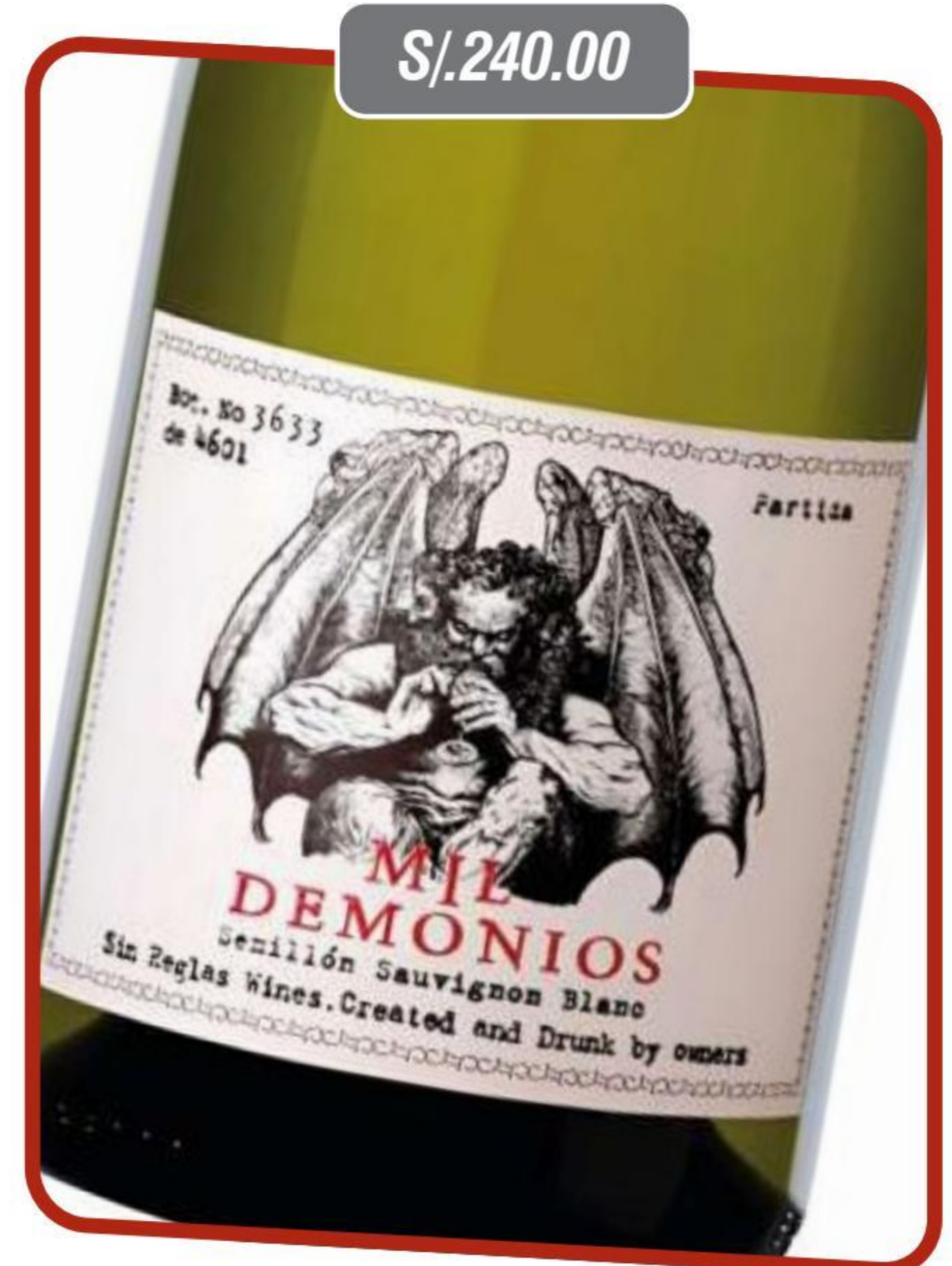
Esta línea de vinos de bodega Séptima busca realzar a la cepa que origina este vino, y que fue seleccionada de los lugares donde dan su mejor expresión, acompañada en una guarda en barrica y botella de acuerdo a cada uva. En el caso de este Cabernet Sauvignon, las uvas provienen de Agrelo, Luján de Cuyo y es criado por 10 meses en barricas americanas y francesas usadas. Un vino elegante con aromas y sabores a ciruelas, moras, pimiento grillado, chocolate, guindón, café y en boca se muestra amable y sedoso. Un vino que invita a acompañarlo con algunos platos de nuestra comida criolla. A mí me sirvió para complementar muy bien un tacu tacu de frejoles con lomo saltado encima. Un gran maridaje. Si quieren disfrutarlo, lo encuentran en [www.perufarma.com.pe](http://www.perufarma.com.pe) y principales licorerías y supermercados.



S/59.00

### ARTISAN #NOTGIN

En el amplio mundo de las bebidas, aparece esta nueva opción pensada para quienes quieren disfrutar del sabor del gin sin necesidad de alcohol. Esta propuesta se convierte en una alternativa brillante para quienes, ya sea por salud, elección personal o estilo de vida, buscan experiencias auténticas sin renunciar al placer de un cóctel bien preparado. Elaborado con botánicos cuidadosamente seleccionados, Artisan #Not Gin ofrece notas aromáticas clásicas del gin como el enebro, hierbas y cítricos. Un viaje sensorial que invita a levantar la copa con tranquilidad, celebrando la vida desde una perspectiva más consciente y saludable. Uno de mis cocktails favoritos es el Negroni, por eso me anime a prepararme uno en versión mocktail. En un vaso old fashion con mucho hielo, agregamos 1 onza de campari, 1 oz de Vermouth Rosso y 1 oz de #NotGin, removemos, colamos y disfrutamos sin culpa. Se encuentran disponibles en los siguientes puntos de venta: Wong, La Zanahoria, Licorería Barique, El Pozito, [www.proartisan.pe](http://www.proartisan.pe), [www.mrperkins.com](http://www.mrperkins.com) y [www.limaorganica.pe](http://www.limaorganica.pe)



S/240.00

### MIL DEMONIOS BLEND DE BLANCAS 2021

Desde las alturas de La Consulta, en el Valle de Uco, probamos este delicioso y complejo blend hecho con 60% de Sauvignon Blanc y 40% de Semillón. Llamado Mil Demonios como las mil botellas que descorcharon los amigos Horacio y Andres antes de decidir elaborar vinos sin reglas, con las uvas que dieran sus mejores expresiones cada año y dedicadas solamente a hacer vinos de alta gama. Un vino lleno de expresión, con notas en nariz y boca a cítricos como toronja, lima, manzana, peras, durazno blanco, piña, maracuyá y flores blancas como azahar. Con una buena acidez en boca que aporta frescura y ganas de seguir bebiendo. Vinificado únicamente con huevos de concreto, por eso notamos toda la expresión de las uvas y del lugar sin nada que opaque sus atributos. Un vino que acompañó muy bien una ensalada César a la parrilla y seguro lo hará con una vasta lista de platos de nuestra comida peruana. No duden en hacerse el regalazo de probarlo. Lo encuentran en la tienda física y virtual de Concepto Placer.





**L**a D.O. Arlanza arranca en el siglo X, cuando los monjes ya cultivaban viñas en las riberas del Arlanza, en Burgos y Palencia. Imagina abades bendiciendo caldos en monasterios como Santa María de Bujedo de Juarros, allá por el XII, donde la nobleza y los frailes competían por los mejores pagos. La filoxera azotó a principios del XX, forzando un replantado masivo que culminó en 1920. Pero el éxodo rural de los 50, con la industria robando brazos, dejó los viñedos en el olvido, cediendo paso al cereal. El renacer vino en 1995 con el sello “Vino de la Tierra Ribera del Arlanza”, y en 2007 se coronó como D.O. Arlanza. Hoy, con 25 bodegas y unos 500 hectáreas, sigue siendo un secreto a voces, apostando por la calidad para conquistar paladares.





# / Benavente: Vinos con Alma Castellana

*Escribe: John Santa Cruz*



**P**or su parte, la D.O.P. Valles de Benavente hunde raíces en la Edad Media, cuando los valles del Esla, Tera, Órbigo y Eria, en el noreste zamorano, eran un oasis vitivinícola para campesinos sin más recursos que la vid. Bodegas tradicionales excavadas en la tierra producían vinos rústicos para el día a día. El siglo XX trajo modernidad, pero fue en 2005 cuando se erigió como Vino de Calidad, elevándose a D.O.P. en 2011. Con unas 1.200 hectáreas y una decena de bodegas, ha pasado de ser un mero sustento a un emblema de identidad, con exportaciones que empiezan a sonar en Europa. Ambas D.O. comparten ese hilo de resiliencia: de la adversidad, brota lo auténtico.



## Características de los vinos D.O.P. Valles de Benavente

En Valles de Benavente, el juego sube de nivel con la Prieto Picudo, una tinta endémica que roba el show: pequeña, picuda y llena de carácter, da vinos intensos con aromas a frutos negros y especias. Tempranillo y Mencía aportan estructura, con toques de Garnacha o Cabernet para redondear. Los blancos giran en torno a Verdejo y Malvasía, frescas y cítricas, con autorizadas como Doña Blanca para matices florales. Rosados y tintos crianza brillan por su equilibrio, con taninos firmes pero elegantes, perfectos para carnes o quesos potentes. Ambas zonas priorizan lo autóctono, pero con un guiño moderno que hace que cada trago sea una sorpresa.

| DOP VALLES DE BENAVENTE |         |
|-------------------------|---------|
| Hectáreas               | Bodegas |
| 290                     | 6       |

VALLES DE BENAVENTE

Río Duero



Prieto Picudo



Mencía



Malvasía

**icacyl**  
competitividad  
empresarial

## Suelo y clima D.O.P. Valles de Benavente

Valles de Benavente, en los valles zamoranos, juega con suelos arenosos y pedregosos sobre arcilla, de baja fertilidad pero con excelente aireación y drenaje, ideales para raíces vigorosas. A 740 metros de media, el clima es continental árido: inviernos largos y crudos (hasta -10°C), veranos secos y abrasadores (40°C), con solo 350-500 mm de lluvia anual y alta insolación. Esa oscilación térmica extrema (25°C día-noche) da vinos con frescura y profundidad, mientras el viento del norte seca las bayas, minimizando hongos. Lo curioso: la influencia atlántica suaviza bordes, creando microclimas que miman la Prieto Picudo, esa diva local que ama el estrés hídrico para brillar.



Oscilación Térmica:

-10°C

40°C

Altitud media: 740 m.s.n.m.



## Características de los vinos D.O. Arlanza

Los vinos de Arlanza son como un viejo amigo: directos, equilibrados y con un toque inesperado. Los tintos, el alma de la zona, exigen al menos un 50% de Tinta del País (Tempranillo), esa reina local que da cuerpo y fruta roja. Se suman Garnacha para frescura, Mencía para acidez jugosa, y foráneas como Cabernet Sauvignon o Merlot para complejidad. Jóvenes y vibrantes o reservas con crianza en roble, destacan por su tanino suave y notas de mora y vainilla. Los blancos, con Albillo y Viura, son frescos y aromáticos, ideales para el verano, mientras los rosados mezclan tintas y blancas para un sorbo versátil, con fresas y un final seco.



## Suelo y clima D.O. Arlanza

Arlanza es un mosaico de laderas onduladas en el suroeste burgalés y sureste palentino, donde el río Arlanza serpentea entre viñas centenarias. Suelos calizos y arcillosos, pobres en nutrientes pero ricos en drenaje, lo que obliga a la vid a echar raíces profundas para sobrevivir. Altitudes entre 700 y 900 metros traen un clima continental templado: veranos calurosos (hasta 35°C) e inviernos gélidos (-5°C), con una oscilación térmica brutal de 20°C diarios que concentra sabores y preserva acidez. Precipitaciones moderadas (400-500 mm/año) y vientos frescos de la sierra evitan enfermedades, haciendo viñedos sanos y uvas maduras pausadamente. Suelos pedregosos que reflejan el sol, potenciando la maduración sin exceso de alcohol.



Oscilación Térmica:

-5°C

35°C

Altitud: 700-900 m.s.n.m.



## Bodegas más populares de la D.O. Arlanza:

**Bodegas Valtravieso:** En Peñafiel (Burgos), es un referente con 80 hectáreas de viñedos centenarios en laderas soleadas; aquí, la sostenibilidad y el envejecimiento en roble francés dan vinos elegantes y premiados



**Bodegas Lerma:** En Lerma (Burgos), controla 30 hectáreas (6 propias y 24 arrendadas) de viejos majuelos; familiar y artesanal, enfoca en tintos potentes con alma ribereña.



**Bodegas Alma Sirense:** En Silván (Palencia), abarca 25 hectáreas en suelos calizos; innovadora, fusiona vinos con cervezas artesanas para un toque rebelde.



## Bodegas más populares de la D.O.P. Valles de Benavente:

**Bodegas Otero:** En Benavente (Zamora), reina con 120 hectáreas desde 1906; centenaria, apuesta por la Prieto Picudo en vinos accesibles y exportables.



**Bodegas Viriatus:** En la provincia de Zamora, con 24 hectáreas de viñas centenarias; bodegas excavadas en la tierra, produce vinos de elaboración artesanal.



**Bodega Castillo de Vidriales:** En Quiruelas de Vidriales, puntualiza el respeto máximo a la tradición, incorporando modernas técnicas y maquinarias para obtener grandes vinos.







## Visión a futuro:

Arlanza mira al horizonte con optimismo cauto: prioriza la calidad sobre la cantidad, con objetivos como certificar más viñedos ecológicos y expandir enoturismo para atraer el mercado de millenials. El Consejo Regulador sueña con duplicar hectáreas en cinco años, enfocándose en variedades autóctonas y mercados gourmet, mientras colabora con rutas como la del Arlanza para desestacionalizar visitas.

Benavente, más ambiciosa, apunta a la internacionalización: sus prioridades son recuperar viñas abandonadas (meta: más de 300 hectáreas para el 2030) y promover la Prieto Picudo como icono global, con subvenciones para innovación en riego eficiente ante el cambio climático. Objetivos clave: crear alianzas con DO vecinas como Toro y un sello “sostenible” que impulse exportaciones, manteniendo el arraigo local para no perder la esencia.



## Algunas botellas recomendadas:



### De Arlanza:

“Las Mambas 2020” de Valtravieso (Tempranillo-Mencía, 12 meses roble; notas de cereza y hierbas; €15).

“Colina Triste 2020” de Lerma (Tempranillo-Garnacha; fresco y frutal, con taninos sedosos; €12).

“Abadía de Covarrubias” de bodega Covarrubias (Tempranillo; roble, ahumados, arándanos, vainilla; €12).



### De Benavente:

“Valleoscura Prieto Picudo Reserva” de Otero (100% Prieto Picudo, 18 meses roble; especiado y aterciopelado; €18).

“Valdelacuba Tinto” de Castillo de Vidriales (Tempranillo puro; mora, arándano y fruta roja; €4).

“Viriatius Prieto Picudo 2023” de Viriatius (100% Prieto Picudo; fresco, envolvente y equilibrado; €6).



# La tormenta del cambio climático en la copa

Por Agustina Goldsack

El vino y el clima mantienen una profunda relación que empieza en la ubicación de los viñedos, sigue tanto en la elección de las variedades plantadas como en la maduración final de sus uvas cada año y termina en las características y estilos de los vinos que se elaboran con ellas. Los vinos son resultado del terroir, una conjunción de las características del suelo, la planta, las técnicas de cultivo y el clima. El terroir afecta a la composición de la uva, de forma que cada región vitivinícola da lugar a vinos con unos rasgos claramente identificables, que definen su calidad y estilo. Esto es su tipicidad, lo que hace reconocible a un vino en todo el mundo.

Un estudio global durante este 2025 revela que las temperaturas crecientes están alterando la maduración de las uvas y, con ello, el perfil de los vinos, obligando a los productores a replantear sus métodos tradicionales para afrontar nuevas condiciones. El cambio climático ya está modificando los paisajes vitivinícolas a escala global. La investigación liderada por la Universidad de British Columbia (UBC) y publicada en la revista PLOS Climate documenta cómo el aumento sostenido de las temperaturas está transformando las condiciones de cultivo en las principales regiones productoras de vino.

El equipo de investigadores analizó más de 500 variedades de uva en regiones de cinco continentes, permitiendo una visión sin precedentes sobre los efectos del calentamiento global en la viticultura. El estudio no solo abordó temperaturas promedio, sino también la frecuencia de olas de calor, la variabilidad estacional y los inviernos más cálidos. Uno de los efectos más evidentes del cambio climático es el aumento de las temperaturas. Los frutos necesitan un equilibrio perfecto de calor y frescura para madurar adecuadamente. Con el incremento de las temperaturas, la maduración puede ser demasiado rápida, lo que afecta su calidad. En estas condiciones, el consumo de agua de los cultivos aumentará, mientras que las precipitaciones disminuirán.

En el área mediterránea, la vid se ha cultivado históricamente sin aporte de agua. Sin embargo, las condiciones climáticas están llevando a que en algunos países como España se esté comenzando a implantar el riego en este cultivo. El aumento en la superficie de viñedo en regadío contribuirá a incrementar la presión sobre este recurso tan limitado. El aumento de temperaturas y las olas de calor provocan estrés térmico, reducen la disponibilidad de agua y aumentan el riesgo de incendios forestales. Estas amenazas obligan a modificar las prácticas tradicionales de cultivo.

Las sequías son cada vez más comunes en regiones viníco-

las. El estrés hídrico puede reducir la producción de fruto y modificar también su calidad. Además, aquellos que crecen en condiciones de sequía suelen ser más pequeños y concentrados, lo que puede cambiar el perfil de sabor. Un fenómeno se registró en todo el Hemisferio Sur con una producción históricamente baja por segundo año consecutivo atribuida a cambios climáticos extremos en las principales regiones productoras de vino. La producción en Argentina de 2024 registró un descenso del 3,6% respecto de 2023 y una caída del 13,8% respecto a la media del quinquenio. En los Estados Unidos, cuarto productor mundial de vino, la producción de vino en 2024 marcó un descenso del 17,2% respecto de 2023 y un 15,5% por debajo de la media quinquenal.

Mientras que algunas zonas experimentaron graves sequías y estrés hídrico, otras se vieron afectadas por fuertes lluvias y tormentas sin precedentes. Estas condiciones meteorológicas extremas han provocado un aumento de la presión de las enfermedades, daños en los viñedos y otras condiciones de cultivo hostiles. Ante este panorama, los viticultores de todo el mundo están adoptando nuevas estrategias. Según los investigadores, las respuestas deben combinar acciones inmediatas con planificación a largo plazo. Muchos productores están introduciendo portainjertos y variedades de uva resistentes a la sequía, ajustando además prácticas como la poda y el calendario de cosecha para adaptarse a las nuevas condiciones.

Sin embargo, existe un punto de no retorno donde se contempla la migración de la vid a latitudes y altitudes más altas. Por ejemplo, algunas regiones de Francia y España están experimentando temperaturas tan altas que se están explorando nuevas variedades de uvas que puedan soportar mejor el calor. Mientras tanto, regiones más frescas como Inglaterra están comenzando a producir vinos de calidad, algo que hace unos años parecía casi imposible. El mundo está cambiando y las preferencias de los consumidores también. Existen formas de adaptarse y mitigar ciertos aspectos del cambio climático. Sin embargo, fruto del cambio climático o por las medidas de adaptación, la esencia de los vinos se verá afectada en cierta medida para siempre.



Brand Ambassador G.W. Yichang  
Sommelier Certificada  
@agusgoldsack.somm



PIONEROS EN EL VALLE DE UCO



LA CELIA

SINCE 1890

Importado y  
distribuido por  
L.C. GROUP S.A.C.

# Pioneer

MALBEC

PARAJE ALTAMIRA,  
VALLE DE UCO,  
MENDOZA, ARGENTINA

90

PUNTOS

.....

• Antonio Galloni

VINOUS



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO







# Fortaleciendo estrategias

En el marco de ExpoVino Wong 2025, conversamos con Marcos Ferrández, Export Manager de Marqués de Cáceres en Sudamérica. La reconocida bodega riojana, presente en más de 130 países, atraviesa un proceso de renovación con la mira puesta en conquistar nuevas generaciones de consumidores y reforzar su presencia en mercados estratégicos como el nuestro, donde viene posicionándose con firmeza de la mano del Grupo Taberner.

*Escribe: Valeria Burga | Fotos: Jaime Cuéllar*

**¿Cómo le está yendo a Marqués de Cáceres y qué te trae por Perú?**

Estamos muy contentos con el desarrollo internacional de la marca. Con el nuevo rebranding hemos refrescado nuestra imagen y la respuesta en todos los mercados está siendo muy positiva. Queremos modernizarnos, adaptarnos a las nuevas tendencias y atraer a un consumidor más joven.

**¿Cuáles son esas tendencias que marcan el consumo actual de vino?**

Hoy predominan los vinos donde se aprecian mejor las carac-

terísticas primarias de la uva: aromas frutales y frescura. La barrica sigue siendo parte de nuestro estilo, pero buscamos que nunca opaque la fruta. Los consumidores quieren vinos fáciles de beber, con una copa que invite a la siguiente.

**Marqués de Cáceres es reconocido por su uso de barrica. ¿Cómo equilibran madera y fruta?**

Desde la fundación, Enrique Forner implantó un estilo bordelés en Rioja. Eso nos permitió encontrar un balance: la madera acompaña, aporta complejidad, pero nunca domina sobre la





fruta. Ese equilibrio es parte de nuestra identidad.

**¿Qué cambios trae el nuevo portafolio?**

Dividimos nuestra oferta en familias que responden a distintos momentos de consumo. La línea gourmet, por ejemplo, está enfocada en la gastronomía y la hostelería, un canal estratégico. Creemos que la mejor manera de llegar al consumidor es que viva la experiencia en un restaurante y luego busque la marca en retail.

**¿Qué expectativas tienes de ExpoVino Wong, siendo tu primera participación como representante de la marca?**

Muy altas. Es una feria clave para conocer tendencias del mercado peruano y ajustar nuestra estrategia. Perú es un país muy gastronómico y eso hace que el canal on trade sea esencial: restaurantes, bares, locales de moda. Aunque también estamos presentes en retail, pensamos que Horeca y las vinotecas especializadas son fundamentales para consolidar la marca.

**¿Cómo avanza la alianza con el Grupo Tabernero?**

Empezamos en 2019 y mantenemos una relación muy sólida. Compartimos objetivos y trabajamos para que la presencia de Marqués de Cáceres crezca en Perú.

**¿Qué novedades tienen en cuanto a variedades?**

Somos una bodega innovadora. Estamos recuperando la uva Ma-



turana, una variedad autóctona de Rioja que estuvo a punto de desaparecer. Tiene notas piracínicas, recuerda a la Carmenere, con color intenso y buena acidez. Es un vino muy gastronómico, que esperamos exportar a partir del próximo año.

**Además de Rioja, ¿están trabajando en otras denominaciones?**

Sí. En Rueda elaboramos Verdejo; en Ribera del Duero tenemos la bodega Finca La Capilla, con vinos potentes y elegantes que ya llegan a Perú. También elaboramos cava en Penedés, que queremos introducir porque el espumoso es el segmento de mayor crecimiento global. Y contamos con albariño de Rías Baixas, que combina perfecto con la cocina peruana, especialmente con el ceviche.

**La bodega ha recibido reconocimientos internacionales. ¿Cuáles destacarías este año?**

En 2025 fuimos reconocidos nuevamente como una de las bodegas más admiradas del mundo. Además, Drinks Business incluyó a nuestro enólogo jefe, Fernando Costa, entre los Top 100 Master Winemakers. Son logros que reflejan nuestro compromiso con la calidad.

**¿Cómo defines un vino de Marqués de Cáceres?**

Un vino elegante, fino y equilibrado. Queremos que sea accesible, fácil de beber y adaptable a múltiples momentos. Nuestro objetivo es que quien tome una copa quiera repetirla.







# Lío Porras: El revolucionario de la barra

Por Soledad Marroquín\*

**E**n los últimos años, los bartenders peruanos vienen revolucionando las barras con sus deliciosas elaboraciones de licores, destilados y bitters, algunas veces de manera silenciosa. Un trabajo laborioso, dedicado, creativo, donde el ingenio peruano encuentra en la despensa nacional una fuente inimaginable de ingredientes provenientes de las diversas regiones y suelos. Ello permite un sinfín de oportunidades y posibilidades.

Alejandro Lío Porras es uno de esos genios que trabaja en silencio, de manera seria y profunda, investigando productos y tradiciones, poniendo en valor costumbres y elementos ancestrales, experimentando y probando hasta que da la sorpresa que nos deja sin palabras. Conocí a Lío (Lío es el diminutivo de su segundo nombre: Rogelio) cuando vino a Lima, desde su natal Huancayo, para competir en el primer World Class –competencia organizada por DIAGEO– allá por el año 2014 cuando fui jurado de esa primera edición y luego del siguiente año; supe al verlo tras la barra de competencia, que estaba ante un prodigioso profesional, orgulloso de sus raíces e historia y que desde ellas construiría páginas importantes en la historia de la coctelería peruana.

Así lo viene haciendo, tras su paso como jefe de proyectos líquidos en la ONG Muyu en las islas Galápagos y del bar Mayo en el restaurante Central, se enfocó en seguir ampliando conocimiento y aplicarlo en la producción. Su recreación del batán peruano y su uso en la coctelería es icónico desde una óptica gastronómica, de bartending y artística. Sus creaciones van desde el gin 3 Demonios con tres etiquetas que diferencian los estilos, Aqhreal, chicha de jora fortificada, cuyo trabajo de investigación tomó cinco años, y se elabora con dos tipos de maíz, negro de Arequipa y amarillo de Cusco. En el 2022 nacería la línea de gin Entidades, elaborado con botánicos de la amazonía peruana que

recoge el espíritu de la selva salvaje y llena de vida, como el mismo Lío lo describe.

Los ajíes de Perú han sido su gran motivo de inspiración en los últimos cuatro años. Aunque es la sensación lo que más impacta de los distintos ajíes que existen, son sus aromas y sabores los que juegan el rol preponderante, con el picor suave y elegante como fondo, demostrando que no solo es el ingrediente estratégico de los platos más emblemáticos de nuestra culinaria, sino que también puede jugar un importante rol en la coctelería demostrando así su enorme versatilidad. Son siete los ajíes que dan vida a Sinsonte licor aperitivo: ají amarillo, ají limo, ají mochero, ají charapita, ají dulce, ají pipí de mono y rocoto. Luego de catar casi 40 tipos de ají, esos fueron los seleccionados para, de acuerdo con su perfil, diseñar el licor que imaginaban junto a hierbas andinas y frutas como el tumbo y el aguaymanto. El resultado es este licor aperitivo que, con su elegante picor, dará el toque exótico a los cócteles que se puedan crear o recrear en las barras.

Pero el inquieto Lío no se queda tranquilo y, pensando siempre en que sus productos beneficien de alguna manera a quienes lo necesitan, acaba de lanzar Sinsonte Chalaco, un licor de espíritu salino que nos evoca al mar. Se elabora sobre la base de un vino de uva quebranta y es aromatizado con destilado de ajíes y frutos del mar, de aromas a pera, manzana y kiwi. Parte de las ventas será destinada a los pescadores que proveen una parte de los insumos para su elaboración. Valor de la botella Sinsonte Chalaco: S/90.00 a @sinsonte.pe



\* Comunicadora gastronómica  
@sol\_marroquin



Importado y distribuido por  
L.C. GROUP S.A.C.



*Escorihuela Gascon*

# GRAN RESERVA MALBEC



DESDE EL CORAZÓN DE NUESTRA FINCA EN AGRELO  
NACE ESTA LÍNEA **GRAN RESERVA**, LA CUAL REFLEJA  
LA MÁXIMA EXPRESIÓN DEL TERROIR JUNTO A LA  
CALIDAD, COMPLEJIDAD Y ELEGANCIA DE LOS VINOS  
ELABORADOS CON LOS FRUTOS OBTENIDOS.

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O







# Herencia viva

Ferrer Wines llega a Perú con la fuerza de cinco generaciones dedicadas al vino y una visión que une tradición e innovación. Su portafolio reúne etiquetas emblemáticas de España y Argentina, todas bajo un compromiso sostenible. Un brindis que celebra el origen, pero mira decididamente hacia el futuro.

**E**l mundo del vino siempre ha estado marcado por la tradición, pero son las familias visionarias las que logran darle un giro al legado para proyectarlo hacia el futuro. Ese es el caso de Ferrer Wines, la empresa vinícola que nace de la experiencia y el impulso de Pedro Ferrer Noguer, actual vicepresidente del Grupo Freixenet y heredero de cinco generaciones dedicadas al vino. Hoy, Ferrer Wines desembarca en Perú gracias a Dolfi Vinos Gastronómicos, con una propuesta que combina herencia, innovación y respeto por el medio ambiente.

El proyecto tomó forma tras la adquisición de cuatro bodegas emblemáticas del Grupo Freixenet: Valdehón (Ribera del Duero), Orube (Rioja Alavesa), Vionta (Rías Baixas)



# Agnus Dei

Rías Baixas  
ESPAÑA



FERRER WINES

WINE-MODERATION  
ELIGIR | COMPARTIR | CUIDAR

© Grupo Ferrer Wines · España 2024 · La marca mencionada está registrada a nombre de Bodegas Vionta · Todos los derechos reservados.

y Finca Ferrer (Valle de Uco, Argentina). Lo que distingue a Ferrer Wines es una filosofía clara: trabajar con vinos de alta calidad que expresen el carácter de su origen, mientras se impulsa un modelo de producción sostenible. Un compromiso que no es discurso, sino práctica constante en cada una de sus bodegas.

## El compromiso sostenible

En un sector donde el impacto ambiental es un reto urgente, Ferrer Wines ha tomado decisiones estratégicas para reducir su huella ecológica. Bodegas Orube (2018) y Valdubón (2019) instalaron paneles solares; esta última opera con 82 placas activas que cubren gran parte de su consumo eléctrico. La preocupación por el planeta también se refleja en el diseño de sus botellas: en 2023 Orube redujo de 550 a 420 gramos el peso de 250 mil botellas. Esta simple medida ha significado una reducción significativa de emisiones de CO<sub>2</sub> y un ahorro logístico notable. A ello se suma un dato que resuena en las tendencias actuales: el 100% de sus vinos son veganos, avalados por la certificación V-Label Vegan, libres de cualquier traza animal en sus procesos. Una decisión que, más allá de lo simbólico, refleja coherencia con el respeto a la naturaleza.

# Solar Viejo

Rioja  
ESPAÑA



FERRER WINES

WINE-MODERATION  
ELIGIR | COMPARTIR | CUIDAR

© Grupo Ferrer Wines · España 2024 · La marca mencionada está registrada a nombre de Bodegas Solar Viejo · Todos los derechos reservados.

## El portafolio en Perú

El ingreso de Ferrer Wines a nuestro país, de la mano de Dolfi Vinos Gastronómicos, permite descubrir etiquetas que son ejemplo de diversidad y excelencia. Desde Galicia llega Agnus-



dei Albariño 2022 de Bodegas Vionta (Rías Baixas), un blanco vibrante, lleno de aromas tropicales y marcada acidez que refleja la frescura del Atlántico. En Rioja, la tradición se traduce en Solar Viejo Crianza 2019, con equilibrio entre fruta roja y notas de bodega. También está Solar Viejo Reserva 2018, de elegancia y complejidad, ideal para quienes disfrutan vinos de lenta evolución.

En Ribera del Duero, Valdubón ofrece un tinto expresivo y joven, cargado de fruta roja y negra, con un paso sutil por bodega que suma notas de coco, vainilla y regaliz. Finalmente, en Mendoza, Finca Ferrer representa el potencial del Valle de Uco, un terruño que ha conquistado el mundo por su altura, suelos y frescura natural.

### Tradición que se proyecta al futuro

La llegada de Ferrer Wines a Perú no solo amplía la oferta de vinos de alta gama en el mercado local, sino que también invita a reflexionar sobre el rumbo de la industria. Se trata de una empresa que honra la herencia de cinco generaciones, pero que no teme desafiar lo establecido con prácticas innovadoras y sostenibles. Cada botella, sea un albariño fresco de Rías Baixas o un crianza riojano, encierra algo más que sabor: lleva consigo un modelo de trabajo que apuesta por la calidad, la coherencia y la responsabilidad. Un brindis, sin duda, que celebra el origen pero mira hacia el mañana.

**Solar Viejo Reserva**  
Rioja  
ESPAÑA

**FERRER WINES**

© Grupo Ferrer Wines · España 2024 · La marca mencionada está registrada a nombre de Bodegas Solar Viejo · Todos los derechos reservados.

**Valdubón Roble**  
Ribera del Duero  
ESPAÑA

**VALDUBÓN**  
ROBLE  
*La expresión única de la nueva Tinta del País*  
RIBERA DEL DUERO  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

**FERRER WINES**  
HERITAGE WINES SINCE 1907

© Grupo Ferrer Wines · España 2024 · La marca mencionada está registrada a nombre de Valdubón · Todos los derechos reservados.





# Lo que se cocina, se hereda

Por Jasmine Rincón Morales\*

¿Y si la cocina doméstica desapareciera? No como metáfora, sino como realidad cotidiana. Sin ollas, sin aromas que se cuelan por la ventana, sin ese silencio que precede al primer hervor. ¿Sería el fin de un espacio o el inicio de una nueva forma de saborear? En Japón, basta con doblar la esquina para encontrarse con un konbini. Pequeño, luminoso, siempre despierto. En menos de cinco minutos, puedes salir con un bentō caliente, un tamago sando de excelente calidad, una ensalada fresca o un ramen que solo pide calor. Todo listo, impecable y disponible 24/7. Más de 56k de tiendas como esta salpican el país, y no solo alimentan: redefinen la forma de comer. Ya no se trata de cocinar, sino de resolver y lo más sorprendente: muchas familias han dejado de encender la estufa entre semana. Hoy priorizan la practicidad.

La cocina, ese rincón donde antes se tejían aromas, historias y silencios compartidos, ha empezado a ceder espacio. No ha desaparecido, pero se ha vuelto simbólica. Un lugar que espera el fin de semana, el cumpleaños, el reencuentro. Mientras tanto, el sabor se busca en la calle, en la app, en el formato. El sabor no vive en el paladar, sino en el cerebro. Es una construcción multisensorial que involucra memoria, emoción, expectativa, contexto. Cuando cocinamos, activamos circuitos cerebrales que anticipan placer, vinculan recuerdos, despiertan vínculos afectivos. El sonido de una cebolla al caer en la sartén, el aroma del ajo dorándose, el vapor que empaña la ventana. Todo eso no alimenta el cuerpo, sino nuestra memoria del futuro. Y aquí surge una pregunta inquietante: ¿Qué van a recordar los adultos del futuro si nunca cocinaron de niños? ¿Dónde se sembrará la identidad gustativa si no hay ritual ni espera ni vínculo?

La película *Ratatouille* lo resume todo. El crítico Anton Ego prueba el plato y, en un instante, su mente lo transporta a la cocina de su infancia. La luz cálida, el suelo de madera, su madre sirviéndole el mismo guiso. No es el sabor lo que lo conmueve, es el recuerdo, es la emo-

ción encapsulada en un bocado a través de los aromas. Ahora imagina una generación que crece sin esa escena. Sin el sonido de la licuadora en domingo, sin el olor a pan recién horneado, sin ese ritual de pelar papas con la abuela. ¿Qué tipo de memoria gustativa construirán? ¿Recordarán el código QR del delivery? ¿El microondas está encendido? ¿El packaging biodegradable?

La cocina doméstica no solo alimenta, construye identidad. Si desaparece, también desaparece una parte de nosotros. Tal vez cocinar se vuelva un lujo o una actividad de fin de semana. Un gesto artístico, terapéutico e íntimo. Eso no es necesariamente malo, porque cuando algo se vuelve escaso, también se vuelve sagrado. La riqueza de la cocina tradicional —esa que se transmite con gestos, silencios y cucharas de madera— empieza a ceder terreno frente a recetas estandarizadas, diseñadas para encajar en bandejas, apps y algoritmos. Cuando el sabor se fabrica en serie, también se empobrece la experiencia. Ya no se trata de qué comemos, sino de cómo lo recordamos. Porque si el sabor deja de tener historia, también deja de tener alma.

Cocinar podría convertirse en un acto de resistencia emocional frente a la velocidad. Una ceremonia que no busca eficiencia, sino significado. La cocina doméstica no está muriendo, está mutando. En esa mutación, tenemos la oportunidad de elegir cómo queremos saborear el mundo. Porque el fuego —ese que arde lento, que espera, que transforma— no se apaga. Solo cambia de lugar. Tal vez, ahora más que nunca, nos toca encenderlo con intención. Por memoria, por identidad, por el simple y poderoso acto de saborear la vida.



Neurogastrónomo y Sommelière  
@laneurogastronoma



El *sabor* de los encuentros.

# Mahou



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO





INTIPALKA

PISCO

ITALIA

VALLE DE ICA, PERÚ

DENOMINACIÓN  
DE ORIGEN PISCO  
Nº 00000130



750 ml  
42% Alc. Vol.



INTIPALKA

*pisco*

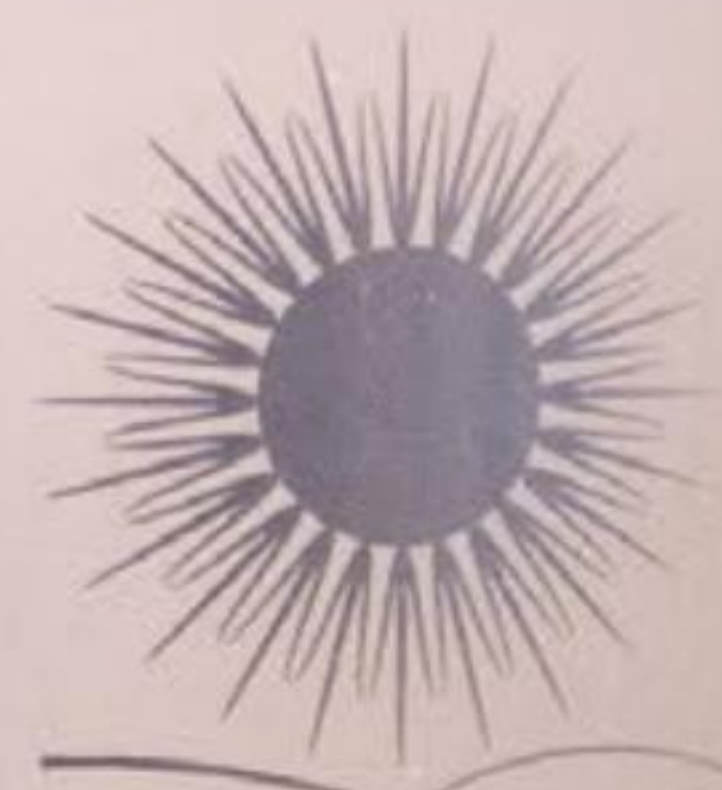
QUEBRAN

MOSTO VERDE

VALLE DE ICA, PERÚ

DENOMINACIÓN  
DE ORIGEN PISCO  
Nº 00000130

750 ml  
42% Alc. Vol.



INTIPALKA

VALLE DEL SOL

*pisco*

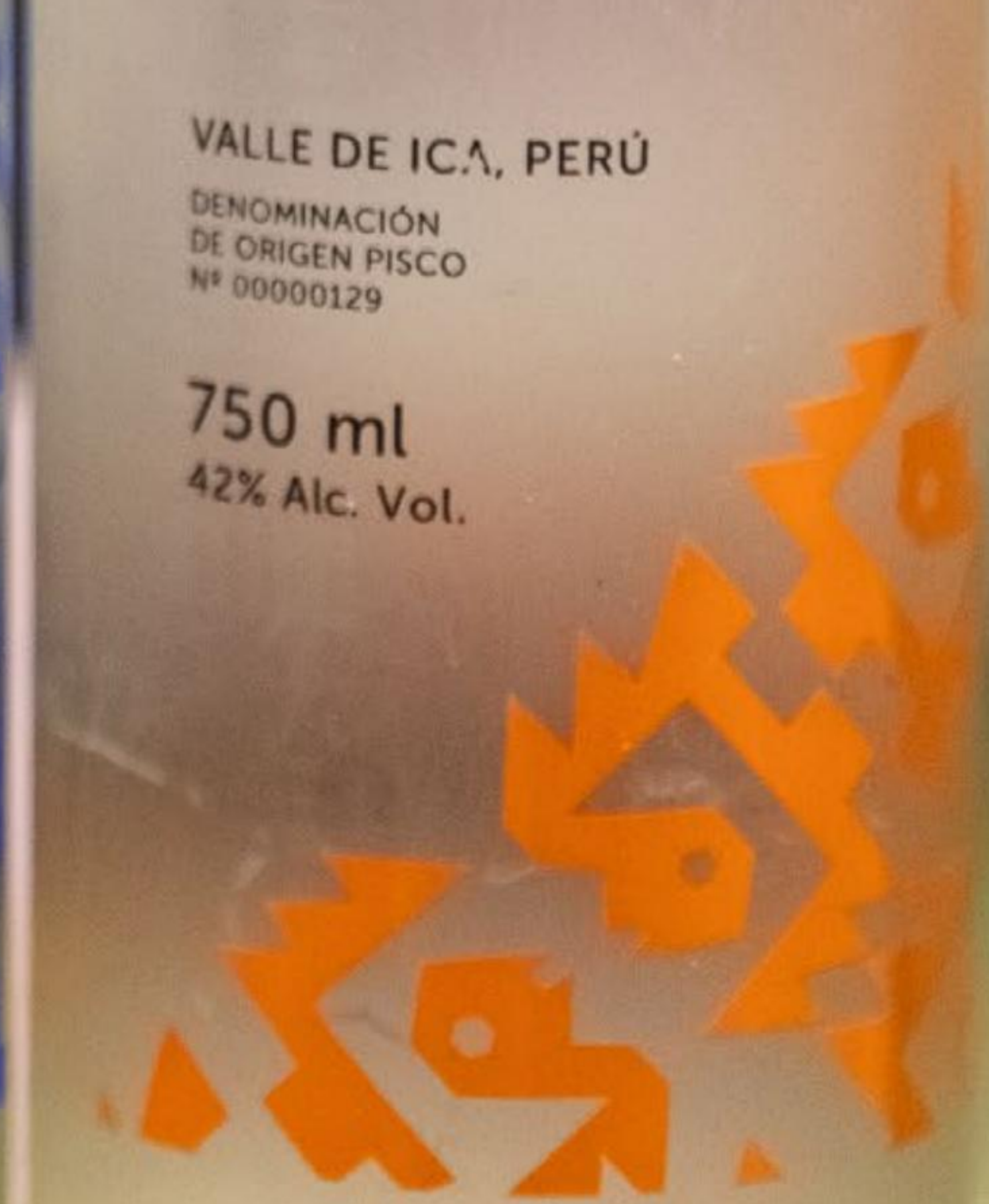
TORONTEL

MOSTO VERDE

VALLE DE ICA, PERÚ

DENOMINACIÓN  
DE ORIGEN PISCO  
Nº 00000129

750 ml  
42% Alc. Vol.





# INTIPALKA

## Brilla una vez más

La bodega Santiago Queirolo brilló en la 22.<sup>a</sup> edición de Expovino Wong con su línea Intipalka, conquistando gran oro, oro y plata en la cata a ciegas. Desde el fértil valle de Ica, sus vinos y piscos expresan frescura, elegancia y respeto por el origen. Con cada copa, Intipalka reafirma el potencial peruano en la escena internacional.

**L**a fiesta más grande de vino en Perú ya tiene a sus primeros protagonistas. La 22.<sup>a</sup> edición del Expovino Wong de Cencosud, que se celebró del jueves 18 hasta el sábado 20 de setiembre en La Pelousse del Jockey Club, abrió su temporada con una rigurosa cata a ciegas en la que participaron más de 140 jueces de vino y 30 especialistas en pisco. En este escenario de competencia internacional, la bodega Santiago Queirolo volvió a poner en alto el nombre de Ica con su reconocida línea Intipalka, conquistando medallas de oro y plata que confirman la calidad de sus vinos y piscos.

El nombre Intipalka, que en quechua significa Valle del Sol, rinde homenaje a la tierra que los vio nacer: el fértil valle de Ica. Allí, a 500 metros sobre el nivel del mar y a más de 60 kilómetros de la costa, los viñedos crecen bajo un clima desértico de gran amplitud térmica, con sue-





los francos y ricos en minerales. Este entorno natural, sumado al trabajo de viticultores y enólogos, da como resultado vinos y piscos que transmiten frescura, elegancia y un profundo respeto por el origen.

El gran galardón de la jornada fue para el Pisco Intipalka Mosto verde Quebranta con gran oro. Limpio, brillante y con tonos plata. Presencia amable del alcohol, notas a hojas secas, frutos secos y pasas. En boca, ingreso dulzón, con estructura y densidad, sabores y aromas a pecanas y nueces con notas a fruta seca. Final amplio, suavemente cálido y muy prolongado. Por su parte, Intipalka Patrimonial Torontel fue distinguido con medalla de oro. Este vino reivindica variedades que tradicionalmente se asocian al pisco, como el Torontel, integrándose al mundo vitivinícola en una expresión única. Su color amarillo suave anticipa la complejidad de la nariz, donde se combinan notas florales y frutas tropicales. En boca, la acidez vibrante y su frescura conducen a un final frutal y delicado. Una propuesta que celebra la tradición sin renunciar a la innovación.

La cosecha de éxitos se amplió con tres medallas de plata que reflejan la diversidad del portafolio de Intipalka. El Sauvignon Blanc destacó por su expresividad aromática, con notas cítricas, de manzana y durazno. En boca se presenta vivaz, refrescante y







de excelente acidez. El Rosé, de un rosa pálido y brillante, convenció con aromas a frutillas y un perfil equilibrado, fresco y persistente, ideal para acompañar la gastronomía local. Finalmente, el Patrimonial Negra Criolla fue reconocido por su autenticidad y elegancia. Un vino de color rojo tenue, con aromas a frutos rojos y sutiles especias. En boca es fresco, de cuerpo medio y taninos suaves, perfecto para redescubrir una variedad criolla que forma parte de la identidad vitivinícola peruana.

El medallero de Intipalka en Expovino Wong 2025 no es solo un reconocimiento a la calidad técnica de sus vinos y piscos, sino también a una filosofía que pone en valor la riqueza del terruño peruano y la capacidad de la bodega Santiago Queirolo para reinventarse sin perder sus raíces. Cada copa de Intipalka es un diálogo entre el sol de Ica, la tradición de la viticultura y la visión contemporánea de proyectar a Perú en el mapa mundial.

En una edición marcada por la diversidad de propuestas y la exigencia del jurado internacional, Intipalka reafirma que el Valle del Sol sigue brillando con fuerza. Una vez más, el vino y nuestro destilado de bandera demuestran que están listos para competir de igual a igual con las grandes regiones vitivinícolas del mundo, llevando consigo el orgullo de una tierra que nunca deja de sorprender.





# ZUCCARDI:



José Alberto Zuccardi ha consolidado una filosofía donde el vino expresa su lugar de origen. El Valle de Uco, sus suelos y su gente son protagonistas de un proyecto familiar que combina tradición, sostenibilidad y visión de futuro. Entre vinos de montaña, certificaciones orgánicas y etiquetas con puntaje perfecto, Zuccardi reafirma que el vino es identidad y una forma de vivir.

*Escribe: Valeria Burga*

**¿Qué se siente estar en el lugar donde está hoy Zuccardi, una de las bodegas más reconocidas del mundo?**

Para mí el vino siempre fue una pasión y una forma de vivir. Me emociona trabajar con mis hijos y mantenernos como una empresa familiar. Cuando digo familiar no hablo solo de la sangre: somos un conjunto de personas que compartimos objetivos y valores. Nuestra guía son cuatro pilares que nunca dejamos de lado: calidad, innovación, cuidado del medio ambiente y utilidad para la comunidad. Cada decisión que tomamos debe ser coherente con al menos uno de ellos.

**¿Cómo se transmite eso a la siguiente generación?**

Cada uno se sumó con un proyecto propio. Miguel desarrolló los aceites de oliva, Julia el enoturismo, y Sebastián impulsó Zuccardi Valle de Uco, un pro-

yecto transformador que profundizó el concepto de vinos de terroir. No vinieron a hacer lo mismo, sino a ampliar la visión de la bodega y de la región.

**¿Qué distingue a los vinos de Zuccardi?**

Buscamos que el vino hable del lugar y no de la técnica. Trabajamos en el Valle de Uco, una zona de altura en Mendoza marcada por la cordillera de los Andes. Sus suelos aluviales, su clima árido y la influencia de glaciares y rocas marinas generan condiciones únicas. Por eso decimos que hacemos 'vinos de montaña'. Queremos que cada copa sea transparente en su origen: fresca, vivaz, con tensión e identidad.

**En los últimos años han alcanzado puntajes perfectos en varias etiquetas. ¿Cuál es su fórmula?**

Ya son diez vinos con 100 pun-





tos. Eso habla del lugar, pero también de una filosofía de trabajo. Evitamos sobremadurar la fruta, sobreextraer en fermentación o sobremaderizar. Usamos vasijas de concreto y maderas neutras para respetar la pureza del terroir. Al final, lo que nos diferencia es que el vino expresa origen, año y gente. El vino no es una bebida industrial; es identidad y experiencia.

### **¿Cómo dialoga esa búsqueda de autenticidad con la sostenibilidad?**

Hoy somos el proyecto más grande de viñedos orgánicos en Argentina, con 400 hectáreas certificadas. Todo lo que no está certificado es muy próximo a lo orgánico: usamos compost, evitamos químicos de síntesis y trabajamos solo con productos naturales. La sostenibilidad no es un sello, es un compromiso: ambiental, social y económico. Queremos que las generaciones futuras puedan hacer lo que hacemos nosotros o mejor.

### **También se han sumado a la tendencia los vinos naturales. ¿Cómo surgió?**

Sebastián estuvo en Nueva York y probó varios vinos naturales, pero casi ninguno era bebible: muchos defectos. Volvió con la idea de que nosotros podíamos hacerlo bien gracias a la calidad de nuestras uvas. Así nació una línea sin sulfitos añadidos como El Burro, La Vaquita o El Zorri-



to de la bodega Santa Julia. Son vinos orgánicos, estables y con identidad, acompañados de etiquetas dibujadas por un artista con una mirada diferente, lo que les da una dimensión emocional muy especial.

**Tu familia ha marcado la vitivinicultura argentina. ¿Cómo imaginas la continuidad?**

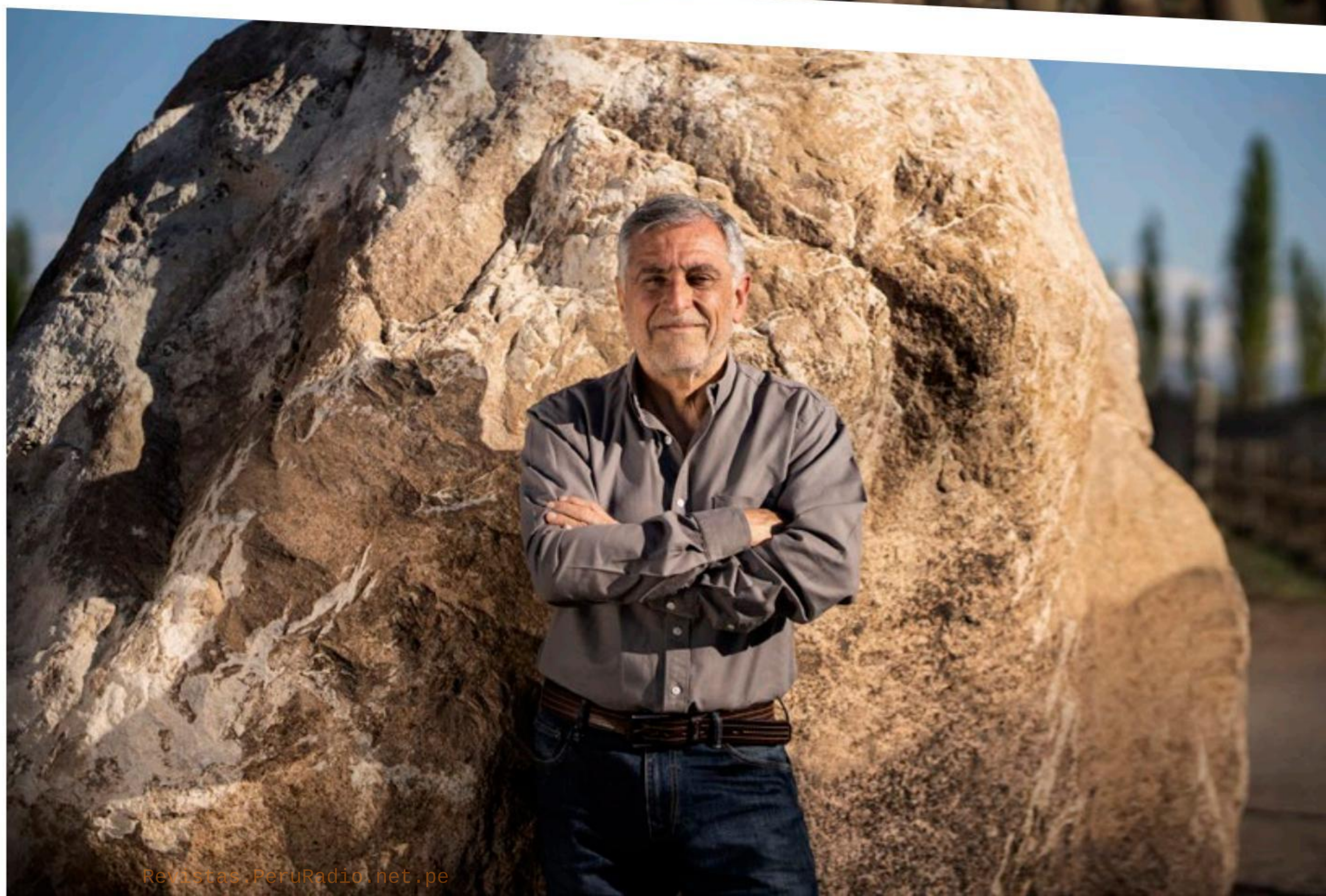
Mis hijos eligieron libremente sumarse y yo me sumé a sus proyectos. Creo que en las empresas familiares el mandato es peligroso; prefiero la libertad. Con mis nietos será igual. Si deciden continuar, será maravilloso; si no, también. Lo importante es que la familia, como conjunto de objetivos y valores, trascienda.

**Zuccardi está presente en más de 70 países. ¿Cómo se construyen esas alianzas?**

Con socios estratégicos que compartan nuestros valores. No se trata solo de exportar vino, sino de generar vínculos duraderos, crecer juntos y encontrar afinidad cultural. Así hemos trabajado durante décadas en mercados clave.

**¿Qué significa el vino para ti después de toda una vida en él?**

El vino es la antítesis de lo industrial: democrático, diverso, siempre nuevo. Nunca terminas de descubrirlo. Por eso insisto: el vino no es solo un negocio. Es pasión, identidad, cultura y una manera de vivir.





# La coctelería peruana se hace escuchar en Buenos Aires

Por Juan Diego Romero

**D**urante la Buenos Aires Cocktail Week 2025, la ciudad se transforma en un epicentro de tendencias y diálogos líquidos. Bares, marcas y bartenders de toda la región convergen para compartir experiencias y, este año, Perú no solo estuvo presente: marcó la pauta en uno de los escenarios más influyentes de Latinoamérica.

## Representar un país

Cuando subí al escenario para dictar mi conferencia 'Coctelería Integradora: sostenibilidad, comunidad y nuevas tendencias', lo hice con la certeza de que llevaba conmigo más que mi propia trayectoria. Llevaba a un país que busca consolidarse como referente global. El público escuchó con atención cuando hablé de upcycling, de la trazabilidad de insumos y de cómo la Generación Z está transformando radicalmente su relación con el alcohol. También compartí ejemplos de bares peruanos y de iniciativas de marcas latinoamericanas que ya trabajan en esta dirección. Hoy, el reto no consiste únicamente en preparar cócteles perfectos, sino en diseñar experiencias responsables, inclusivas y con verdadero impacto. El eco que generó la charla confirmó que Perú tiene mucho que aportar al futuro de la industria.

## Una noche en Tres Monos

El otro gran momento fue mi guest bartending en Tres Monos, considerado el bar #1 de Sudamérica y #7 del mundo. De la mano de BarSol Pisco, presentamos una propuesta que puso al pisco en el centro de la conversación. Reinterpretamos clásicos globales desde la versatilidad de nuestro destilado, y cada cóctel contó una historia de Perú: de identidad, de diversidad y de orgullo cultural, combinado con toques argentinos como el uso delicado pero notorio del Fernet, para así generar 'mezclas cosmopolitas', que es lo que promuevo constantemente.

## Una delegación que suma

Además de mi participación, también estuvieron los chicos de Movimiento de bares peruanos, quienes aportaron frescura y demostraron que nuestra escena ya no depende de esfuerzos aislados. Fue valioso ver que, más allá de estilos y propuestas, lo que nos une es un mismo propósito: posicionar a Perú como referente en la región.

De Buenos Aires regreso con tres certezas. Primero, que las capitales cocteleras de Latinoamérica ya no compiten entre sí: Bue-

nos Aires, Lima, Ciudad de México y Bogotá se complementan y se fortalecen mutuamente. Segundo, que la sostenibilidad ya no es un accesorio, sino el corazón de la conversación. Y tercero, que la narrativa importa tanto como la técnica. Un cóctel con historia conecta, pero claro, el buen sabor y la experiencia sensorial es la base. La Buenos Aires Cocktail Week demostró que Latinoamérica está construyendo una voz propia, y que Perú tiene un papel protagónico en esa sinfonía regional.

## Mirando hacia Hong Kong

El calendario no se detiene. En octubre, todos los ojos estarán puestos en Hong Kong para la ceremonia de The World's 50 Best Bars 2025, el ranking que define buena parte de las dinámicas globales de la industria. Allí se celebrará a los bares que marcan tendencia y, lo más emocionante, veremos nuevamente a Perú en escena.

El bar Lady Bee, orgullo peruano y referente de hospitalidad, será distinguido con el Michter's Art of Hospitality Award, un reconocimiento que premia la experiencia, el servicio y la calidez como pilares fundamentales de la coctelería contemporánea. Este logro no es solo un premio para un equipo, sino una señal poderosa de que Lima ya es reconocida como capital coctelera en el mapa global. Para quienes venimos trabajando en difundir la coctelería en nuestro país, este hito tiene un valor inmenso: confirma que la hospitalidad peruana puede competir y brillar al más alto nivel.

Estamos generando propuestas sólidas, conquistando espacios y demostrando que nuestra voz tiene peso propio. Ahora, con la mirada puesta en Hong Kong, el desafío es seguir construyendo un camino donde la identidad peruana no solo sea reconocida, sino celebrada a escala global. Perú está demostrando que su coctelería tiene sustancia, vigencia y, sobre todo, un futuro muy alentador.



*Embajador de marcas, mixólogo y promotor de la coctelería peruana @jdromer*



# MALAJUNTA

## VINOS DE MONTAÑA

Importado y distribuido por L.C. GROUP S.A.C.



T O M A R   B E B I D A S   A L C O H Ó L I C A S   E N   E X C E S O   E S   D A Ñ I N O



# AMARO DE PLANTA MAESTRA

Con más de dos décadas en el mundo de la coctelería, Jair Rosas ha dedicado los últimos diez años a estudiar a fondo los aperitivos y, en particular, los amaros. Esa pasión lo llevó a crear Don Acencio, el primer amaro peruano, que une tradición ancestral y visión contemporánea. Conversamos con él sobre la historia detrás de esta botella única.

**¿Siempre tuviste en mente crear un aperitivo?**

Sí, era uno de mis objetivos. He pasado más de 20 años en el rubro, de los cuales 10 los he dedicado a investigar los aperitivos: su historia, estructura, categorías y evolución. Don Acencio es el resultado de ese camino.

**¿Por qué el nombre Don Acencio?**

Es un homenaje al peruano del campo, a esa sabiduría ancestral que hemos heredado de generación en generación. Quise materializarlo en un personaje: un amaro que conecte al hombre con la naturaleza.

**Tu propuesta parte de un paralelo entre Europa y Perú. ¿Cómo lo trabajaste?**

En Europa los aperitivos nacieron como medicinas, panaceas, elixires, elaboradas por monjes boticarios o alquimistas. En Perú tuvimos algo similar con los curanderos y sus plantas maestras, usadas por civilizaciones precolombinas. De esas elegí tres: el chuchuhuasi, protagonista de nuestro amargor; y en menos porcentaje la hoja de coca y el tabaco. A ellas se suman 20 botánicos más, como muña andina, eucalipto, toronjil, semillas de pino, vainilla o quinina. En total, 23 botánicos peruanos.







Licor artesanal peruano



**DON  
ACENCIO**

AMARO DE PLANTA MAESTRA

lote: 0125

fecha: 27/09/15

Ale  
20%Vol

600ml

IONARIO  
LOPEDICO  
FHA  
MO-X  
-Zyw



### ¿De dónde provienen esos botánicos?

El 60% proviene de nuestro fundo en Villacurí, Ica, donde tenemos 250 hectáreas de cultivo y generamos trabajo a 70 familias dedicadas al cultivo. El resto lo obtenemos directamente de productores en la sierra y la selva. Para el alcohol usamos descarte de naranjas —que destilamos— y alcohol vínico de nuestros viñedos. Todo el proceso es artesanal, natural y con trazabilidad desde la tierra. Somos un producto 100% sustentable.

### ¿Qué representa el packaging?

La botella parece un frasco medicinal porque queríamos reforzar esa idea de remedio. Son botellas a las que les otorgamos una nueva vida útil con etiquetas en papel reciclado, generando una economía circular. El logo representa una huella dactilar que simboliza el vínculo entre el hombre y la naturaleza.

### ¿Cómo describirías el perfil de Don Acencio?

Es un amaro alpino: fresco, herbal, con notas de pino, eucalipto, muña, menta y toronjil. No es agresivo, tiene 20° de alcohol y un amargor medio, pensado para el paladar peruano, poco acostumbrado a sabores tan intensos. Además, cumple con la regulación europea: solo un 10% de dulzor por litro, empleamos un blend de miel de abeja, algarrobo y azúcar invertida.







### ¿Cuánto tiempo te tomó llegar a esta fórmula?

Un año y ocho meses entre pruebas, errores y ajustes. También viajé a Italia, a regiones como Calabria, Torino, Bolonia y Matera, para entender de cerca la tradición de los amaros, proceso y culturalidad. Quería que mi producto mantuviera la estructura clásica, pero con identidad ancestral peruana.

### ¿Cuál es la mejor manera de disfrutarlo?

Primero, como digestivo después de una comida peruana, que suele ser muy condimentada. También frío, como aperitivo o brindis. Con mixers funciona perfecto con tónica, cola o soda de toronja. En coctelería clásica y como estructura de cócteles de autor. Es versátil y fácil de tomar.

### ¿Qué lo diferencia de otros amaros en el mercado?

Que está pensado para el bartender y para el consumidor final peruano. No quería un producto inaccesible. Quiero que sea un elemento más de la creatividad de los bartenders.

### ¿Qué significa para ti haber creado el primer amaro peruano?

Es materializar años de pasión, investigación y amor por los aperitivos. Don Acencio es una bebida que celebra nuestras raíces, nuestros botánicos naturales y nuestra cultura. Es, al mismo tiempo, un homenaje y una invitación a descubrir el amargo desde una mirada peruana.







# El Olimpo en una copa

Luna Roja es más que disfrutar un buen cóctel. Es participar de un ritual contemporáneo, donde la mitología se funde con la mixología, y donde cada copa se convierte en un pequeño oráculo. Hécate ilumina, Cernunnos refresca y Gea conecta con lo esencial. Tres dioses en la barra, tres maneras de habitar la noche limeña.

**Escribe: Valeria Burga**

**E**n el corazón de Barranco, allí donde la bohemia limeña se mezcla con la mística de lo oculto, existe un lugar que parece estar diseñado para desafiar la rutina: Luna Roja. Un espacio esotérico, cargado de símbolos, que se reinventa a través de la coctelería y la imaginación de su Bar Manager, Luis Castro. Cocinero de formación y bartender por vocación, ha hecho de la barra su verdadero escenario. Hoy, además, representa a dos gigantes espirituosos como Jack Daniel's y Ron Diplomático en Perú, llevando consigo la bandera de la hospitalidad y la creatividad.

Su visión de la barra va más allá del simple servicio. Para él, el bartender no es un ejecutor silencioso, sino un narrador de historias. Y pocas historias tienen tanto poder como la de los dioses. De ahí nace la nueva propuesta de Luna Roja: tres cócteles enfocados en el esoterismo y ocultismo, cada uno con un carácter propio, un ritual de presentación y un guiño sensorial.





### **Hécate: la antorcha en la oscuridad**

Se dice que Hécate, diosa de la luna y de los caminos, llevaba consigo antorchas para iluminar las encrucijadas. En Luna Roja, ese gesto se transforma en un cóctel de Gin Hendrick's, licor de rosas casero, piña clarificada y un toque de Martini dry, coronado con un garnish de ciprés limón. El resultado es etéreo y luminoso: un cóctel herbal y floral que llega a la mesa envuelto en un ritual visual que evoca las llamas de una antorcha. No es solo un cóctel: es un acto de invocación a lo oculto.

### **Cernunnos: la frescura de la naturaleza**

Aunque de origen celta, Cernunnos —señor de la naturaleza y los bosques— encuentra en Barranco un nuevo altar líquido. Luis lo traduce en una mezcla fresca y vibrante de pisco 1615 torontel, almíbar de piña con cardamomo, kiwi y limón tahití. El garnish sorprende: un coral verde de hierbabuena que evoca el vigor de lo orgánico. Aquí no hay artificio: el cóctel es directo, aromático y refrescante, como si uno caminara bajo un bosque húmedo después de la lluvia.

### **Gea: la madre tierra en estado líquido**

La titánide Gea, madre de todo lo vivo, exige un cóctel complejo y terrenal. Castro construye este



homenaje con Flor de Caña 12 años infusionado en plátano de isla, Jack Daniel's N°7, mermelada de durazno, miel de maple y limón tahití. El cierre es un golpe maestro: un hongo comestible elaborado con tierra de chocolate, fresa y queso parmesano. Es quizá la creación más contundente de la trilogía: un cóctel denso, profundo, donde cada sorbo parece recordar que todo proviene de la tierra.

Luis Castro no busca simplemente impresionar; busca crear experiencias. Su carta no es estática: cambia, se prueba, se ajusta en función de cómo responde el público. «Un cóctel puede desaparecer si no conecta, otro puede nacer si la gente lo pide», dice, convencido de que el bar no se limita a servir, sino a dialogar con quienes lo visitan.

La barra de Luna Roja también es un espacio de comunidad. Luis insiste en dar visibilidad a su equipo, en especial a las bartenders que lo acompañan, convencido de que el ego no debe eclipsar al colectivo. «El bar es un escenario donde todos pueden ser protagonistas», afirma. Esa visión horizontal se siente en el ambiente: cada cóctel llega con una energía compartida, fruto de un trabajo en conjunto. Visítalos en Av. Francisco Bolognesi 350, Barranco. Síguelos como @lunaroja\_cocktailbar.





# Sostenibilidad desde el origen

Por Rosa Bonilla\*

**E**n el mundo de la restauración, la sostenibilidad suele llegar tarde. Se aplica como correctivo, como etiqueta, como gesto de buena voluntad. Pero, ¿qué pasa cuando la sostenibilidad no es un añadido sino un principio de diseño? ¿Qué ocurre cuando el producto nace con vocación de residuo cero?

La respuesta está en la concepción. Pensar no solo en lo que se ofrece, sino en lo que se deja atrás. Diseñar desde el impacto, no desde el empaque. Y en este sentido, Agua Munay es el perfecto ejemplo de ello. Munay no solo está presente en muchos restaurantes de Lima y del país. Está presente como símbolo. Su botella de vidrio retornable, su sistema de distribución circular, su estética sobria y su narrativa de cuidado hacen que el agua deje de ser invisible. Se convierte en un gesto editorial, en una decisión ética que el comensal puede vivir.

En un país donde el plástico sigue siendo la norma y donde la sostenibilidad se confunde con

el marketing, Munay propone un producto que no necesita disculparse con el planeta. Que no genera residuos porque no los contempla. Que no se adapta a la tendencia, sino que la define. Para quienes diseñamos servicios, productos o experiencias, el caso Munay es una invitación a repensar. ¿Qué pasaría si cada decisión de diseño partiera del residuo que no queremos generar? ¿Qué pasaría si la sostenibilidad no fuera una promesa, sino una estructura?

En tiempos donde el consumo consciente redefine los estándares, el verdadero placer está en elegir productos con menor impacto ambiental. Y eso empieza mucho antes del consumo: empieza en su concepción.



Especialista en desarrollo sostenible  
@catadonacata





# CASA MARIN

D.O. LO ABARCA, CHILE

## CASA MARIN SAUVIGNON BLANC CIPRESES 2024

Un ícono del clima frío, reconocido  
entre los mejores del mundo.

Frescura y elegancia que  
trasciende fronteras.



Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

**TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO**





# ÍCONO DE LA AUTENTICIDAD





Hablar de vodka premium es hablar de Stoli Red, un destilado que ha sabido trascender generaciones y fronteras. Con más de ocho décadas de historia, la marca se ha consolidado como un referente mundial gracias a su carácter inconfundible y a su compromiso constante con la calidad y la innovación.





**E**laborado con trigo y centeno de la más alta calidad, Stoli Red es sometido a un proceso de cuatro destilaciones y triple filtrado, que garantizan un perfil suave, transparente y perfectamente equilibrado. Su agua, obtenida de pozos artesianos, aporta esa pureza cristalina que lo distingue de otros vodkas. El resultado es una bebida limpia y refinada, con notas ligeras de cereal fresco, un aroma neutro y un final aterciopelado que invita a disfrutarla sola, en las rocas o como base de la mejor coctelería.

Stoli Red ha conquistado las barras más prestigiosas del mundo. Su carácter versátil lo convierte en el aliado perfecto para cócteles icónicos como el Cosmopolitan, Moscow Mule o Bloody Mary, así como para creaciones de autor que buscan resaltar ingredientes locales. Su neutralidad no significa ausencia de personalidad; al contrario, potencia sabores y realza aromas, aportando equilibrio en cada mezcla.

Lo que hace único a Stoli Red no es solo su sabor. La marca ha construido un legado basado en valores que conectan con las nuevas generaciones: diversidad, inclusión y autenticidad. A través de campañas globales, Stoli celebra la libertad de ex-





presión y el orgullo de ser uno mismo, convirtiéndose en un emblema cultural además de un destilado premium.

Presente en más de 100 países, Stoli Red ha acompañado momentos icónicos en la vida nocturna, la música y el arte contemporáneo. Su botella, reconocible y elegante, no solo representa calidad, sino tam-

bién un estilo de vida moderno y sofisticado. En cada brindis, Stoli Red recuerda que la autenticidad y el buen gusto nunca pasan de moda. Más que un vodka, Stoli Red es una experiencia sensorial y cultural. Su sabor limpio, su legado histórico y su mensaje de valentía lo consolidan como un ícono que inspira a vivir con seguridad, libertad y autenticidad.









# El Pisco

# de Pisco

Ernesto Chang lleva más de tres décadas dedicado a la producción de pisco. Desde el 2018, con la marca San Gallán, ha sabido construir una propuesta que pone en valor la tradición del valle de Pisco, al tiempo que abre camino a vinos de cepas patrimoniales. Conversamos con él sobre la historia detrás de su bodega y el terroir que da vida a sus piscos.

**Escribe: Valeria Burga | Fotos: Jaime Cuellar**

**¿Cuándo surgió tu pasión por el pisco?**

Soy productor. Este año cumpla 33 años desde mi primera destilación en marzo de 1992. Con San Gallán como marca estamos en el mercado desde 2018, aunque desde el 2008 contamos con la denominación de origen.

**¿Qué distingue el lugar de origen de San Gallán?**

Nuestro viñedo está en el valle de Pisco, a 5 kilómetros del mar y a 2 kilómetros del río. Ese microclima, con sol todo el año y cambios bruscos de temperatura entre el día y la noche, le da a las uvas un carácter singular: notas salinas, mineralidad y un ligero dulzor final. Eso marca la diferencia.

**Tus piscos han recibido reconocimientos internacionales. ¿Qué variedad destacarías?**

Todas nuestras variedades en los







tres tipos de pisco que producimos tienen medallas internacionales, entre ellos el pisco puro Quebranta, Torontel y acholado; también los mostos verdes. Sin embargo, destacamos con puro Italia sin duda. Con nuestro San Gallán Italia hemos ganado medallas de oro y grandes oros, incluso un 'best in class' que lo colocó entre los mejores espirituosos del mundo. Es una cepa que le ha dado muchos logros a Perú.

### **El nombre San Gallán tiene raíces históricas. ¿Cómo surge?**

Hay dos historias. Una remite a la época de Pizarro y la fundación de Lima, cuando el valle de San Gallán fue considerado como capital del virreinato. La otra se relaciona con el pirata Francis Drake, a quien se pagó en 1580 con 300 botijas de aguardiente para liberar prisioneros. Parte de ese botín lo escondió en una isla que entonces se llamaba San Ga-

llán, antes de que la ciudad adoptara el nombre de Pisco.

### **¿Qué simboliza el escudo en tu etiqueta?**

Integra elementos de la historia y del entorno: la parihuana, el mar, la cultura Paracas, las botijas y una brújula que evoca el destino de los navegantes. Es nuestra manera de rendir tributo a la identidad de Pisco.

### **¿Con qué variedades trabajas actualmente?**

Tenemos tres: Quebranta, Italia y Torontel. Hacemos piscos puros, acholados y mostos verdes con estas variedades. En cada vendimia seleccionamos cuidadosamente las bayas, un trabajo en el que participan adultos mayores a través de una asociación local. Luego, el proceso continúa con fermentación controlada y largos reposos. Algunos de nuestros piscos, como el Quebranta, llevan

hasta ocho años reposando.

### **¿Qué diferencia a San Gallán de otros piscos?**

Además del terroir, cuidamos mucho la extracción del mosto. Separamos el mosto flor -el jugo más puro de la uva- y lo destinamos a San Gallán. Eso significa que usa-







mos más kilos de uva por litro de pisco, pero el resultado es un destilado franco, suave y sin aristas. Queremos que sea elegante, pero sin perder autenticidad.

**Además del pisco, producen vinos. ¿Cómo nació esa aventura?**  
En 2015 comencé a experimentar

con vinos blancos secos, aunque recién en 2020 los lancé al mercado. Mi objetivo ha sido trabajar con uvas patrimoniales. Creo que debemos diferenciarnos ofreciendo vinos con nuestra identidad, no intentando replicar cepas del viejo mundo. Con etiquetas como El Copero de Casalla o Parrá Encantada hemos obtenido medallas y hasta 92 puntos en la guía Descorchados con el blanco seco que mezcla Moscatel de Alejandría y Torontel.

### ¿Planean expandirse a otras regiones pisqueras?

No tengo intención de producir pisco en otra región. San Gallán es 'el pisco de Pisco'. Queremos que quien lo beba sepa que proviene del valle de Pisco, de su clima y de su historia. Igual con los vinos: nacen y se hacen aquí.

Más allá de la botella, el pisco de San Gallán cobra vida en la barra de Shizen, donde el jefe de bar Renato Chung diseña expe-

riencias que revaloran el destilado peruano. Su versión del pisco sour busca equilibrio: dos onzas y cuarto de pisco, tres cuartos de limón tahití, tres cuartos de jarabe y media clara de huevo. «El Quebranta de San Gallán no es típico, pues tiene notas de acidez y frescura que lo hacen muy versátil», explica.

Pero la propuesta va más allá del clásico. En el cóctel Piura 61, inspirado en el French 75, utiliza pisco Torontel con cordial de mango ciruelo y soda de mandarina. «No quería que fuera tan aromático como la Italia. Con el Torontel logré un balance que resalta las frutas del norte de Perú», comenta. Infusiones como su ron de plátano o la experimentación con miel y cueros de frutas hacen que cada sorbo dialogue con la identidad local. En Shizen, el pisco San Gallán se convierte en un puente entre tradición y creatividad contemporánea. Síguelos como @piscosangallan.





# Eiscoffee: una cerveza hecha con café peruano de especialidad

Por Silvia de Tomás

¿Eres amante del café de especialidad? ¿Has escuchado sobre las cervezas culinarias? Quiero invitarte a imaginar, por unos instantes, ambos mundos complementados en una sola copa: una expresión de aromas y sabores que nos recuerda que los híbridos existen, y que nacen de la curiosidad, la investigación y la imaginación de los especialistas.

Las cervezas culinarias, como profundizaremos en un siguiente artículo, suelen ser estacionales y exclusivas, como los menús de temporada de un restaurante de alta cocina. En este universo, los 'chefs' somos los maestros cerveceros —o Head Brewers—, quienes exploramos, experimentamos y creamos microlotes que solo pueden disfrutarse por un tiempo limitado. Como Head Brewer de Two Broders, quiero contarles la historia de una de nuestras creaciones más singulares: la EisCoffee.

Hay que conocer primero la cocina tradicional alemana para entender de dónde parte esta historia. Así como de los platos clásicos nacen nuevas interpretaciones en la alta gastronomía, en la cerveza también la innovación surge de la tradición. Allí nació el estilo Eisbock, fruto de un accidente: un aprendiz olvidó meter unos barriles a la bodega y estos se congelaron durante la noche. Al día siguiente descubrieron que el agua se había separado en cristales de hielo, intensificando el alcohol, el cuerpo y los sabores. Así nació la llamada 'destilación por congelación'.

Sobre esa base técnica decidimos sumar un giro peruano: el café. Imaginamos una cerveza cremosa, sedosa y equilibrada, inspirada en una receta escocesa que había marcado mi camino como cervecera. Quería algo que transmitiera elegancia y suavidad, que además dialogara con un ingrediente tan nuestro como el café. La idea se fue puliendo en largas conversaciones con colegas cerveceros que admiro profundamente, hasta encontrar la dirección perfecta para esta creación.

El café exigía un aliado experto, y tuve la oportunidad de conocer a Felipe Aliaga, fundador de Ciclos Café en Barranco, Q-Grader certificado y tostador con una visión clara: el productor no es un proveedor anónimo, sino el corazón mismo de la cadena. Felipe trabaja de la mano con caficultores, asegurando calidad en origen y promoviendo la sos-

tenibilidad. Desde ese encuentro supimos que podíamos crear algo único juntos. Con esa convicción comenzamos pruebas hasta llegar a la fórmula ideal: 7 gramos de café de especialidad por cada litro de cerveza, infusionados en frío durante 24 horas. El elegido fue el café de Sara Gamarra, productora de Sillapata, Cusco (1850 msnm), de la variedad Costa Rica 95, con un perfil elegante a avellanas, romero, panela y lima dulce. Era la pieza que faltaba para completar la receta.

Entonces ocurrió lo inesperado. Durante el proceso, accidentalmente el tanque se congeló en un 35% de su volumen. Lo que parecía un contratiempo se convirtió en una revelación: el frío, como en aquella anécdota alemana, se transformó en aliado y así nació la EisCoffee, la primera de su tipo desarrollada en Perú. El resultado fue una cerveza con un 7% de alcohol, de textura aterciopelada, que combina notas de fruta seca, miel, caramelo y chocolate provenientes de las maltas, en equilibrio con la complejidad y frescura del café de Cusco. Un híbrido que celebra tanto a la malta como al café, y que solo podía nacer de la colaboración entre mundos apasionados.

Esta historia nos recuerda que muchas veces en los errores, en los olvidos o en las noches gélidas se esconden oportunidades para algo nuevo. La curiosidad de saborear lo inesperado, la paciencia de dejar enfriar las ideas como aquel tanque congelado que nos regaló un tesoro. La EisCoffee es prueba de que la innovación surge cuando la pasión por el café y la cerveza se encuentran, y de que incluso los accidentes pueden convertirse en obras maestras. Lo más importante: demuestra que en Perú tenemos los ingredientes, el talento y la inspiración para crear cervezas que cuentan nuestra propia historia. Hoy puedes probarla en Cebichela San Borja y en Ciclos Café Barranco. ¡Salud!



Jueza de Cervezas Nacional  
acreditada por BJCP  
@silviadetomas



# PACHECO PEREDA LEGADO MALBEC ORGÁNICO

Un homenaje a nuestra historia y a la pureza  
de nuestra tierra. Con uvas seleccionadas  
de nuestro viñedo Altamira, este Malbec  
refleja la esencia de lo auténtico.



Importado y distribuido por LAMARTRADE PERU S.A.C.

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

PACHECO PEREDA  
MENDOZA · ARGENTINA



**PINTO**  
(DRAFT BAR)

# HOGAR CERVECERO





Pinta Draft Bar reúne a Almirante Brewing y Cervecería Jack Vled bajo una misma barra. Un espacio donde la cerveza se cuenta, no solo se sirve. Visítalos en Calle Cantuarias 160, Miraflores (sub sótano).

**Escribe: Valeria Burga**

**E**n Cantuarias 160, Miraflores, Pinta Draft Bar nace como la casa compartida de Almirante Brewing y Cervecería Jack Vled & Co, dos cervecerías peruanas que han decidido unir fuerzas bajo un mismo techo, y que hoy reescriben las reglas del taproom limeño. En otros países, la ecuación es simple: una cervecería tiene su propio bar, crece y multiplica locales. En Lima, eso suena a utopía. Los costos, permisos y distancias hacen que la mayoría de cerveceros opten por vender sus productos en bares aliados. «Queríamos un lugar donde las marcas pudieran expresarse directamente, sin intermediarios», explica Franco de Tramontana, el creativo y headbrewer detrás de Almirante Brewing y cofundador del grupo Craft Brands, que también incluye a Jack Vled & Co.

El nombre del bar lo dice todo. Pinta evoca la medida clásica de cerveza, pero también 'tener buena pinta'. Y esa vibra se siente desde el primer sorbo,

porque aquí la cerveza no se sirve: se cuenta. Cada vaso es una historia, cada espuma tiene un propósito. La carta se organiza por familias —Light & Lagers, Lupuladas, Sours & Frutadas, Oscuras & Maltosas— para que cualquiera, entendido o no, encuentre su camino entre estilos. Esa clasificación, refleja la filosofía de Franco: «La gente no tiene que saber qué es un IBU o un Doble Dry Hop para disfrutar una buena chela. Lo importante es que sepa a qué va»

### **Pico Alto**

Ligera, dorada y peligrosa en su simpleza. Pico Alto es la cerveza que uno podría beber sin darse cuenta de cuántas van. De amargor bajo y final seco, representa el espíritu playero con el que nació Almirante Brewing: una cerveza lager para refrescar, no para complicar. Perfecta para abrir la tarde.

### **Freestyle Clouds**

El contraste llega con esta Hazy IPA jugosa y aromática. Su cuerpo de avena y trigo envuelve no-







tas de lima, durazno y uva blanca gracias a lúpulos neozelandeses de cosecha 2025 importados por ellos mismos. Es intensa, pero no agresiva. Una cerveza que resalta la textura y el aroma: cada sorbo es sumamente tropical.

### **Peanut Butter Jam**

Lo dulce y lo ácido convergen en esta rareza que mezcla mantequilla de maní, fresa y frambuesa natural. Parece un postre y lo es, pero en clave líquida. Una cerveza disruptiva, de amargor bajo, que rompe esquemas y resume el espíritu experimental de Almirante.

### **Midnight Cookie Cream Drip**

Negra, densa y sedosa. Esta stout con cacao Chuncho, vainilla Bourbon y galletas es literalmente un postre en Pinta. Servida a la temperatura correcta, los sabores se abren como capas. Suave, pero poderosa, es la muestra de que en Pinta también hay espacio para la indulgencia.

La cocina acompaña, no compite. A cargo de la chef mexicana Carla Pavón, la propuesta gastronómica tiene porciones pensadas para compartir. Los Punk Nachos —rebosantes de queso cheddar, carne molida, jalapeños y pico de gallo— son un clásico instantáneo, perfectos con una Pico Alto. Las Quesadillas Carnitas, rellenas de cerdo cocido lentamente, combinan con







la Freestyle Clouds: el amargor frutado limpia la untuosidad del guacamole y el queso. El menú seguirá creciendo: pronto se sumarán tablas de quesos y charcutería para quienes prefieran maridar con vinos naturales, otra de las apuestas de la casa. Porque sí, en Pinta también hay espacio para destilados peruanos, coctelería precisa y música que varía del rock al hip-hop según la noche.

En Pinta, la cerveza no solo se bebe: se experimenta. Desde un caño checo (Lukr) que produce espuma densa y cremosa —perfecta para la lager Praga— hasta un grifo nitrogenado que convierte una stout en cappuccino líquido, todo está pensado para despertar curiosidad. No hay una cerveza para todos, sino una para cada momento.

Esa búsqueda constante define a Craft Brands. Almirante Brewing es el lado rebelde, experimental, el que se atreve a mezclar Oreo, frutas o cacao amazónico. Jack Vled & Co, en cambio, representa el equilibrio: cervezas consistentes y bien hechas sin dejar de lado la innovación esporádica. Ambas conviven en un mismo espacio, y juntas demuestran que el movimiento artesanal peruano puede tener imaginación, rigor y alma. Lima —al fin— tiene su hogar cervecero. Síguelos como @pintadraftbar.





# Entre la tierra y el mar

Marcelo García celebra una década en Terranoble reafirmando su filosofía de mínima intervención y respeto por el terroir. En CALA Restaurante & Lounge, su propuesta se encontró con la cocina de Pablo Jara frente al mar, en un maridaje que une origen y memoria.

**Escribe: Valeria Burga | Fotos: Jaime Cuellar**

**Cumples 10 años en Terranoble. ¿Qué ha significado este recorrido?**

Ha sido un cambio profundo en todas las líneas de vino. Mi búsqueda siempre ha sido respetar la variedad y, sobre todo, el lugar. Para mí, el terroir es clave. En Terranoble hemos trabajado con plantas viejas: Carmenere de más de 30 años, Cabernet Sauvignon de 1949, Carignan de 1958, incluso parras centenarias. Allí está la verdadera riqueza, porque cada viñedo encierra memoria y carácter.

**Antes de Terranoble pasaste por casas como San Pedro o Santa Carolina. ¿Qué diferencia a tu**

**trabajo actual?**

En San Pedro yo estaba a cargo de dos líneas. En Terranoble conduzco todas, lo que me ha dado libertad para imprimir mi impronta. Aquí he podido reducir el uso de barricas pequeñas y explorar fudres, tinajas de arcilla y huevos de cemento. Mi filosofía es clara: la madera es un instrumento, no un maquillaje. No quiero tapar la fruta con café o chocolate; quiero que el vino hable de su origen.

**¿Cuál dirías que es tu sello personal en estos diez años?**

El respeto absoluto por la fruta. Vinificar sin exceso de intervención, acompañar más que transformar. Por eso hoy Terranoble

tiene 600 barricas frente a las 2000 que había hace una década. A cambio, crecimos en recipientes alternativos que nos permiten microoxigenación más sutil. No todos los experimentos han salido bien, pero el error también es parte del camino.

**¿Y de esa búsqueda nacen proyectos como Disidente?**

Exactamente. Disidente es mi línea más disruptiva. Vinos sin barrica, fermentados en fudre o tinaja, con etiquetas menos tradicionales. Surge de la necesidad de mostrar otra cara de Terranoble, salir de lo conservador y proponer mezclas como Syrah y Tempranillo. El nombre responde a





# CA LA





eso: ofrecer un camino distinto.

**Tus vinos llevan el sello sostenible y vegano. ¿Es tendencia o convicción?**

Ambas. Para mí menos es más. No uso productos de origen animal porque creo que se puede trabajar de otra manera. Además, la sostenibilidad en Terranoble descansa en tres pilares: cuidado ambiental, responsabilidad con la comunidad y bienestar de los trabajadores. Respetamos la biodiversidad en los campos y buscamos un equilibrio real.

**Hablemos del Carmenere, variedad emblemática de Chile. ¿Qué diferencia al CA1 del CA2?**

Son dos Carmenere de Colchagua, pero expresiones muy distintas. El CA1 proviene de Los Lingues, a 370 m s. n. m., con suelos arcillosos y taninos más redondos. El CA2 nace en Lolol, sobre suelos graníticos cercanos al mar: es más tenso, con fruta roja fresca y estructura más marcada. Personalmente, me gusta trabajar ambos porque muestran la riqueza

del terroir chileno en apenas 70 km de distancia.

**En la alta gama, ¿qué representan Lahuen y Raíces del Maule?**

Lahuen es nuestro ícono tradicional: elegante, con base de Cabernet Sauvignon y Cabernet Franc, crianza en barrica francesa, muy ligado al Valle del Maipo. Raíces del Maule, en cambio, es el homenaje al Valle del Maule. Un vino nacido de parras viejas, con mezclas que incluyen Carignan, Garnacha y Syrah. Es más rústico, intenso, con taninos firmes, casi una metáfora del campesino maulino. Me gusta presentarlos juntos porque muestran dos almas distintas de Chile.

**¿Qué desafíos vienen para el futuro?**

El vino chileno debe abrazar su diversidad. Con el cambio climático, nuevas zonas costeras y de altura se están abriendo. En diez años veremos proyectos impensados hoy. Para mí no son problemas, son desafíos que hacen este oficio más entretenido.

**CALA Restaurante & Lounge: Cocina de autor frente al mar**

Frente al mar de Lima, el chef Pablo Jara ha convertido a CALA Restaurante & Lounge en un escenario donde la memoria culinaria peruana dialoga con la innovación contemporánea. Su







propuesta se nutre tanto de los sabores del litoral como de una mirada creativa que respeta el origen de cada producto. Bajo esa filosofía, sus platos encuentran una sinergia en los vinos de Terranoble, cuya búsqueda se centra en la mínima intervención y

en dejar que el terroir hable por sí mismo. El maridaje entre ambos universos —la cocina de autor de Jara y los vinos de origen de García— se convierte así en un ejercicio de equilibrio y autenticidad.

El inicio fue un ceviche norteño de corvina y ají mocho, acompañado de zarandajas, chifles y tortitas de choclo. Su frescura cítrica encontró un aliado perfecto en el Algarrobo que mezcla Sauvignon Blanc con Pinot Blanc de Casablanca: equilibrio entre notas florales, cítricas y una boca que sostiene la intensidad del plato. El segundo tiempo trajo un lenguado en salsa beurre blanc con vongoles y arroz al estragón, plato que exigía un vino con mayor complejidad. El Chardonnay,

fermentado parcialmente en barrica grande, acompañó con cremosidad y frescura, logrando un balance elegante.

El cierre llegó con el orzo de hongos morillas y asado de tira cocinado 48 horas. Aquí, la potencia del Carmenere CA1 de Los Lingües desplegó taninos redondos y notas especiadas que abrazaron la profundidad del plato. Una demostración de cómo la rusticidad refinada del vino chileno puede dialogar con la sofisticación de la cocina peruana contemporánea. Con este maridaje, CALA Restaurante & Lounge y Terranoble revelaron la esencia de un mismo lenguaje: el respeto por el origen, ya sea de la tierra o del mar.





# Ladybee: minimalismo y tradición

Por Mariana Mouchard

**S**u nuevo local en Barranco tiene un estilo minimalista y retrofuturista: te sientes en casa de algún familiar que te consiente recibiendo con galletitas recién horneadas y té; las cuales disfrutas mientras te cuenta las anécdotas de cada objeto que decora con nostalgia su antigua vitrina. En contraste, la arquitectura de interiores podría ser parte de alguna escena futurista de una película de Stanley Kubrick. Los cócteles manejan esta misma dualidad a otra escala, minimalistas, bien estructurados con deseos de conservar la tradición, pero a la vez están años luz en el futuro sobre lo que nos ofrecen la mayoría de bares del mundo.

El personal de servicio también te hace sentir como en casa, no en vano ganaron el premio 'The World's 50 Best Bars' (2024) en el puesto 16, pero además esta misma institución los ha premiado con 'Art of Hospitality Award' (2025), motivo por el cual, Alejandra León, quien me recibe, está viajando a Hong Kong para la ceremonia. Me parece súper importante que este bar haya encontrado en el té peruano un insumo para articular dentro de su coctelería porque el mundo entero tiene los ojos sobre Ladybee. Alejandra resalta que ellos se toman en serio la trazabilidad de los productos que utilizan y el desarrollo de la investigación para que el cocktail sea perfecto, pero además nos cuente la historia de las personas y los ecosistemas que están detrás. «Por ejemplo, el Padre Miguel cuyo té verde se usa para un cocktail aperitivo, tiene sus parcelas en altura y está rodeado por enredaderas de granadilla», nos cuenta.

Margarita Hishikawa, Sommelier y catadora de té, fue quien se encargó de llevar al equipo de Ladybee al territorio del Valle de la Convención donde está ubicada la zona tealera. Así, conocieron a diferentes productores, vieron sus procesos, conocieron sus parcelas y el ecosistema que los alberga. Conectar con el insumo en su propio territorio va más allá de la hoja de té, es también conectar con las historias de las personas que lo trabajan y de los profesionales como Margarita que hacen posible que el té peruano pueda estar en espacios gastronómicos del calibre de Ladybee.

Los dos cócteles que tiene actualmente en la carta son 'Té verde del Padre Miguel' y el otro 'Té negro'. El primero es aperitivo y contiene té verde infusionado, melón, gin y un garnish de alcachofa grillada para darle profundidad. La alcachofa integra el cocktail, resalta los perfiles vegetales



del té, destaca los sabores salados y umami que contrastan con el dulce del melón. «Es más difícil trabajar con pocos ingredientes. Nosotros queríamos hacer un negroni blanco y bajo esa estructura nos pareció que el melón iba particularmente bien con este té que está dentro de una parcela con granadillas», asegura.

El segundo es mas fresco y ligero, tiene una base espirituosa, té negro de huayopata, membrillo, una gasificación intencionada para limpiar el paladar y de garnish un dulce de membrillo con hojas de té caramelizadas. Esto último me pareció brutalmente interesante: utilizar las hojas ya usadas de té negro y caramelizarlas con azúcar. Además de darle un segundo uso al producto y reducir desechos. Al comer este acompañamiento los perfiles del té negro te explotan en la boca y llenan de sentido el cocktail.

En general, he encontrado extraordinaria la conversación entre el garnish y el cocktail que lo llena de sentido y profundidad. Con pocos ingredientes se obtiene un resultado alto en complejidad que logra hacer brillar las cualidades de cada té. Los invitamos a tener la experiencia del té peruano en ladybee que está enalteciendo este producto local a través de su coctelería de alta gama. Vayamos difundiendo la idea que no solo el té importado es de alta calidad, pues tenemos té especiales que están listos para conquistar el mundo.



Comunicadora & Sommelier de té  
@\_venus\_en\_virgo\_



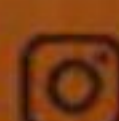


THE  
**MACALLAN**

— ● —  
THE HARMONY  
COLLECTION

*Profunda conexión  
con la naturaleza*



themacallan.com |  the\_macallan

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO





# Tasting M





# con lar

Entre viajes culinarios y sabores, Mar Rodríguez encontró en su perrita Pepper la chispa que la impulsó a reinventarse y convertirse en creadora digital. Ex tripulante de cabina, amante de la gastronomía y enófila apasionada, hoy combina su faceta foodie con su rol de comunicadora en redes, siempre desde la autenticidad y la confianza de su comunidad.

**Escribe: Inés Livisi**



## ¿Cómo nació el proyecto digital de Tasting con Mar?

En realidad, siempre me ha encantado la gastronomía. Desde joven tenía la costumbre de ir sola a comer, probar y disfrutarlo como un placer personal. Incluso antes de que existiera Instagram como ahora, ya pensaba en tener un blog gastronómico. No se materializó por inseguridad. Cuando dejé de volar en 2018 nació mi primera perrita, Pepper, y con ella mi primer proyecto: Pepper y Mar. Fue mi entrada al mundo digital y me dio la confianza de empezar sin sentir que lo hacía 'de cero'. En ese momento, hablar de mascotas era un nicho poco explorado, lo que permitió que se formara una comunidad fuerte rápidamente. Gracias a esa experiencia, comencé a recibir invitaciones de lugares pet friendly y ahí conecté con gente de marketing y del medio que me animaban a crear

algo propio ligado a mi pasión: la gastronomía. Así nació Tasting con Mar, un proyecto donde narro mis experiencias y vivencias alrededor de la comida, las explico y las traduzco en contenido para que otras personas también puedan vivirlas.

## ¿Cuál ha sido la experiencia culinaria que más te ha marcado en algún viaje?

La más reciente fue en Cusco. En poco tiempo conocí lugares muy distintos entre sí, como Garibaldi, un bar de coctelería donde trabajan con sostenibilidad; La Costeñísima, entre otros. Me llamó la atención que muchos de estos proyectos son impulsados por parejas —peruanos junto a extranjeros— que están transformando la oferta culinaria en Cusco. Antes se pensaba que la ciudad solo ofrecía lo tradicional o lo turístico, pero ahora la variedad es más amplia e interesan-







te. Fue muy inspirador ver cómo tanta gente está apostando fuerte por la gastronomía cusqueña.

### **¿Qué te motivó a entrar al mundo del vino?**

Para mí, el vino tiene un valor emocional muy profundo. En mi casa siempre estuvo presente gracias a mi abuela, que era de ascendencia italo-griega. Ella vivió casi 102 años y cada vez que la visitaba pedía su copa de vino, convencida de que era uno de los secretos de su vitalidad. Crecí viendo cómo el vino formaba parte de la mesa familiar, y eso me marcó. Más allá de lo técnico, lo que me atrae del vino es su ca-

pacidad para reunir a las personas. Es una bebida que invita a la sobremesa, a conversar, a abrirse y compartir historias. Le tengo un amor especial.

### **¿Cómo percibes la cultura del vino en Perú y hacia dónde crees que está creciendo?**

En Perú, el vino todavía está abriéndose camino. Gracias a la creación de contenido, festivales como Expo Vino o propuestas más jóvenes como Hay Más Vino, lo están volviendo una bebida más cotidiana. Todavía nos falta camino por recorrer, pero sin duda estamos en una etapa de crecimiento y con mucho poten-

cial para que el vino forme parte de la cultura social.

### **¿Qué retos crees que enfrentas al crear contenido foodie y lifestyle en plataformas tan competitivas como lo son Instagram y TikTok?**

Creo que actualmente existe muchísima oferta de contenido. Casi todos somos, de alguna manera, creadores, y eso hace que lograr visibilidad sea mucho más difícil. La saturación de información y la rapidez de los algoritmos complica llegar a nuevas personas. Para mí, el gran reto está en adaptarse a esos cambios, seguir el ritmo de las tendencias, pero sin perder tu propia voz. A veces es desalentador, porque el esfuerzo no siempre se traduce en las vistas que uno espera. Pero también hay que ponerlo en perspectiva: 2.000 o 3.000 reproducciones pueden parecer poco en un mundo de millones, aunque si lo piensas bien, es un montón de gente que ha visto lo que hiciste. Y eso sigue siendo poderoso.





**¿Qué rol juega la confianza de tu comunidad en todo lo que recomiendas?**

Creo que la confianza es el rol principal. Muchas veces, cuando converso con clientes en mi trabajo como social media manager, me dicen que lo que buscan es viralidad. Pero, ¿de qué sirve la viralidad si no llegas realmente a tu público, o si el engagement que logras es negativo? Al final, que alguien pruebe lo que recomiendas o crea en lo que compartes, depende totalmente de la confianza. Por eso soy muy cuidadosa con lo que acepto promocionar. En el caso de Pepper, por ejemplo, me han ofrecido contratos de marcas de comida, de croquetas, pero no van con lo que comunico: yo hablo de alimentación natural. Aceptar algo que contradiga eso sería perder credibilidad.

**Coméntanos sobre Pepper y la importancia que tiene en tu vida**

Pepper es un bulldog francés de siete años y un pilar en mi vida. Llegó en 2018, en medio de una



de las depresiones más fuertes que he vivido. Ella me dio un propósito: me obligó a salir de mí misma y a cuidar de alguien más. Soy muy curiosa, así que empecé a investigar todo sobre su raza, salud y alimentación. Al compartir experiencias con otras personas pensé: ¿por qué no poner esto en internet? Así nació. Lo más importante es que Pepper no solo me sacó de un momento oscuro, sino que también abrió el camino hacia el social media marketing y la creación de contenido, que hoy son mi profesión. Nunca fue con la idea de hacerla 'pet influencer', sino de compartir información genuina que ayudara a otros. Sin

ella, mi vida y mi carrera habrían tenido un rumbo muy distinto.

**¿Cuáles son tus proyectos a futuro?**

Me encantaría estudiar sumillería para entender más a fondo el mundo del vino. Para mí, el vino es más un feeling: con el que viviste un momento especial. Aun así, me interesa profundizar en la parte técnica para poder comunicarme mejor. También quiero estudiar inteligencia artificial, porque creo que es una herramienta clave de los creadores de contenido en este momento, para adaptarnos y mejorar la forma en que nos comunicamos en un entorno que cambia tan rápido.









# Tradición Limeña, Alma Mendocina

Isolina celebra la tradición limeña con platos que evocan la memoria y la mesa familiar. El maridaje con los vinos de Finca La Celia, importados por Lc Group, abre un puente donde la cocina criolla y la viticultura argentina dialogan con autenticidad y carácter.

Fotos Jaime Cuellar



**E**n la esquina más entrañable de Barranco, Isolina mantiene viva la tradición de una cocina que parecía condenada al olvido. José del Castillo, su creador, encontró en estas recetas heredadas el camino hacia su vocación. Tras su paso por La Red —el restaurante fundado por su madre, Isolina Vargas, en 1981—, decidió en 2015 rendirle homenaje a través de una taberna que honra la sazón de antaño, con platos que no se negocian ni en sabor ni en abundancia.

Hoy, Isolina no es solo un referente de la cocina criolla limeña, sino también un espacio donde la tradición se entrelaza con propuestas que amplifican la



experiencia. Un ejemplo de ello es el maridaje con los vinos de Finca La Celia, importados por Lc Group, que añaden al recorrido gastronómico un puente entre el Valle de Uco en Mendoza, y el corazón de Lima.

Finca La Celia, pionera en plantar Malbec en esta prestigiosa región argentina, ha construido una identidad que habla de origen y autenticidad. Sus vinos expresan la singularidad del suelo aluvional, donde conviven geografías diversas que imprimen carácter a cada etiqueta. Así, la propuesta de Isolina se



potencia al dialogar con dos de sus estandartes: Finca La Celia Pioneer Malbec y Finca La Celia Pioneer Cabernet Franc.

El viaje comienza con el escabeche de bonito, donde el pescado marinado en vinagre, especias y ají se sirve frío, invitando a un arranque fresco y vibrante. Aquí, el Pioneer Malbec despliega sus notas de fruta roja y violetas, encontrando sinergia en la acidez amable del plato. El contraste entre la suavidad del vino y el mordisco especiado del escabeche crea un equilibrio que refresca y sorprende. Luego llega a la mesa el cau cau con sangrecita, un guiso de mondongo, papa y ají amarillo que concentra la intensidad de la cocina casera limeña. Este plato





de sabores profundos y especia- dos encuentra en el Pioneer Cabernet Franc un socio ideal: su perfil frutado de cereza negra y su toque de pimienta realzan la complejidad del cau cau, mientras que sus taninos firmes y sedosos aportan estructura, suavizando la rusticidad del guiso.

El lomo saltado, ícono indiscuti- ble de la gastronomía peruana, se presenta con jugosos trozos de lomo, cebolla, tomate y salsa de soya, acompañados de papas fritas amarillas. La jugosidad del plato, con su juego entre lo dulce, lo salado y lo ahumado, se enlaza magistralmente con la elegancia del Malbec. Su paso por boca, con dulzura inicial y un paladar medio firme, sostiene los diversos contrastes de la

receta y prolonga cada bocado con elegancia.

Finalmente, el seco de asado de tira con frejoles cierra el recorri- do con solemnidad. Cocinado a fuego lento en un guiso de ci- lantro, acompañado de arroz y frijoles, este plato encarna el espíritu de la cocina de antaño: abundante, cálido, inolvidable. El Cabernet Franc vuelve a des- tacar aquí, con su estructura y persistencia que acompañan el carácter del asado. La frescu- ra del vino, al mismo tiempo, equilibra la densidad del guiso, logrando una armonía que re- conforta.

Este encuentro entre la taberna barranquina y la bodega men- docina no es casualidad, sino

un diálogo entre dos formas de entender la tradición: la que rescata recetas familiares en Lima y la que rinde homenaje a la historia vitivinícola de Men- doza. Tanto Isolina como Finca La Celia parten del respeto a la memoria, pero también de la voluntad de reinterpretar y dar continuidad a un legado. Al sa- lir de Isolina, queda la certeza de haber compartido algo más que una comida: una experien- cia que enlaza generaciones, te- rritorios y sabores. Con platos que evocan el calor del hogar y vinos que expresan con auten- ticidad la tierra que los vio na- cer, la propuesta reafirma que la tradición, lejos de ser estáti- ca, se mantiene viva en la mesa, siempre lista para escribirse de nuevo.





# Aromas del tiempo: Moscatel e Italia

Por Livio Pastorino Wagner\*

**¿**Solo mil botellas? Fue la pregunta de uno de los participantes extranjeros después de una charla sobre cómo apreciar el pisco. —Sí —le respondí—, y añadí: eso dice la contra etiqueta: 1,000 botellas y esta es la número 765. Lo que ocurrió después fue fascinante. Mientras recogía mis cosas para retirarme, sentí que alguien colocaba algo en el bolsillo de mi saco. Al meter la mano, encontré un billete de S/.50.00. Levanté la vista y vi al participante marcharse a paso ligero, llevando consigo —si mal no recuerdo— tres cuartos o media botella de aquel extraordinario pisco Italia que acabábamos de degustar. Solo atiné a sonreír. A veces vivimos situaciones como esta con visitantes de otras partes del mundo: aprecian nuestro destilado de bandera quizá más que nosotros mismos, al punto de pagar lo que sea por tener una botella, incluso si no está sellada o a la venta.

Hoy nos enfocamos en la uva pisquera conocida en Perú como Italia, la segunda más cultivada del país y la segunda más utilizada en la elaboración de pisco, después de nuestra Quebranta. El nombre podría deberse a la influencia de inmigrantes italianos que la promovieron o a una confusión histórica con su cultivo en Italia. En realidad, se trata de la Moscatel de Alejandría (VIVC 8231, según el Vitis International Variety Catalogue), pero el nombre Italia también se aplica a otra uva: Pirovano 65 (VIVC 23924), empleada tanto para destilar pisco como para consumo en mesa.

Originaria del Mediterráneo —probablemente de Alejandría, Egipto—, la Moscatel de Alejandría llegó a Perú en el siglo XVI, traída por los españoles desde las Islas Canarias para producir vino. Los jesuitas, expertos en agricultura, plantaron estas vides en los valles de Ica, Lima, Arequipa, Moquegua y Tacna, donde los suelos ricos y el clima cálido potenciaron sus aromas. En el siglo XIX, en San Francisco, se creó el célebre cóctel Pisco Punch, considerado el primer cóctel con pisco del que se tiene registro, elaborado con pisco Italia. El investigador Guillermo Toro Lira lo describe como ‘una manifestación del mestizaje cultural de Perú y su inserción en el mundo’ (Toro Lira, G. 2006. Alas de los Querubines).

En el siglo XX, otra Italia llegó a nuestro país: la Pirovano 65 (VIVC 23924), conocida en España como Ideal o Doña Sofía. Creada en 1911 por Ángel Pirovano mediante el cruce Bicané × Moscatel de Hamburgo, esta variedad, de granos grandes, ovalados, verde-amarillos y sabor moscatelado, se consolidó como estrella tanto en la destilación como en la mesa. Fue introducida en el Perú entre las décadas de 1960 y 1970. Se presume que la producción actual de Moscatel de Alejandría es mayor que la de Pirovano 65.

El Reglamento de la Denominación de Origen Pisco incluye ocho variedades, listando Italia y Moscatel como distintas, pero sin mencionar expresamente a Moscatel de Alejandría ni a Pirovano 65. En la práctica, el término Italia abarca ambas variedades aromáticas. Estudios de universidades peruanas y argentinas confirman que la Moscatel de Alejandría, con su herencia milenaria, está plenamente adaptada a los suelos cálidos de Ica. Nariz: fresco. Aún con alta graduación alcohólica, la intensidad aromática de Italia oculta el alcohol. Aparecen frutas tropicales (piña, mango, maracuyá), flores (jazmín, azahar), cítricos (lima), pasas y un toque de hierba fresca. Boca: entrada cálida, alcohol medio, sabores coherentes con la nariz, ligero picor, notas de piel de cítrico (lima), persistencia media-larga (más de 20 segundos, sinónimo de calidad) y final frutal.

La D.O. Pisco, por ahora, excluye otras moscateles, como la Italia negra (Moscatel de Hamburgo) y la moscatel rosada, pese a sus perfiles aromáticos similares.

Esto añade un halo de misterio al mundo pisquero. Confío en que, con el auge de la vitivinicultura en Perú, aumentarán los viñedos de nuestras uvas pisqueras. Disfrute del pisco con responsabilidad. ¡Hasta la próxima!



Sommelier, Especialista y Catador de Pisco  
Registro: CRDO-PISCO 2020 RCO-034-2011  
[www.liviopastorino.com](http://www.liviopastorino.com)  
[@elmagozurdo](https://twitter.com/elmagozurdo)





Bodega Vitivinícola - Valle de Pisco

*Una copa llena de tradición*

**Vinos y Piscos con alma peruana:  
un viaje de los valles a tu mesa en cada sorbo**

Más info al  +51 968 862 643





Importado y distribuido por  
L.C. GROUP S.A.C.

# RON CENTENARIO® EL RON DE COSTA RICA

*Añejado  
por la  
Naturaleza*



## DESATA TU ESPÍRITU DE AVENTURA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO